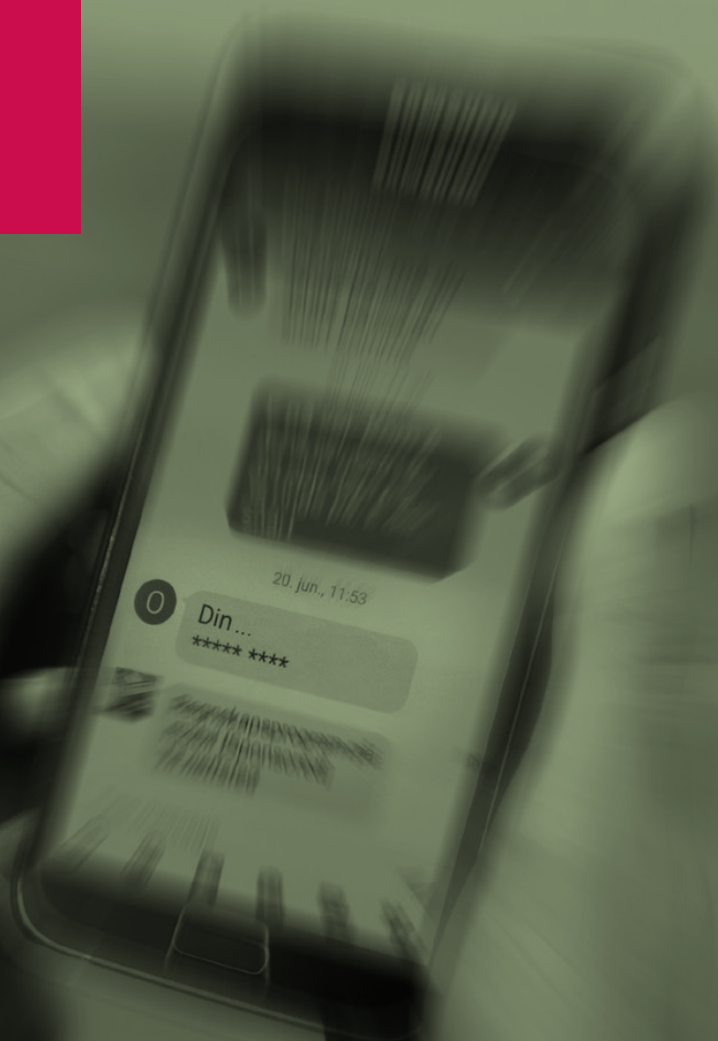


INSTITUT FOR
MENNESKE
RETTIGHEDER

DEMOKRATISK
DELTAGELSE PÅ
FACEBOOK



DEMOKRATISK DELTAGELSE PÅ FACEBOOK

Forfattere: Lumi Zuleta og Sinja Kongshøj Laursen

Databearbejdning: Tinne Steffensen

Med bidrag fra: Jonas Christoffersen og Rikke Frank Jørgensen

Ekstern konsulentbistand: Rasmus Burkal, ekstern konsulent ved Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab, Roskilde Universitet og Vibeke Borberg, Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.

Ansvarlig: Maria Ventegodt

Redaktion: Lumi Zuleta og Bjarke Oxlund

e-ISBN: 978-87-93605-89-3

Layout: Hedda Bank

Forsidefoto: Colourbox

© 2019 Institut for Menneskerettigheder

Danmarks Nationale Menneskerettighedsinstitution

Wilders Plads 8K · DK-1403 København K · Tlf. 32 69 88 88 · www.menneskeret.dk

Vores publikationer kan frit citeres med tydelig angivelse af kilden.

Vi tilstræber, at vores udgivelser er så tilgængelige som muligt.

Vi bruger f.eks. store typer, korte linjer, få orddelinger, løs bagkant og stærke kontraster.

Læs mere om tilgængelighed på www.menneskeret.dk.

INDHOLD

RESUMÉ	5
SUMMARY	10
KAPITEL 1 – INDLEDNING	15
1.2 DEN DEMOKRATISKE SAMTALE PÅ FACEBOOK	16
KAPITEL 2 – METODE OG DATA	18
2.1 REPRÆSENTATIVITET	20
KAPITEL 3 – SOCIALE MEDIER OG YTRINGSFRIHED	23
3.1 BRUGERNES HOLDNINGER TIL YTRINGSFRIHED PÅ SOCIALE MEDIER OG I SAMFUNDET	24
3.2 BRUGERNES HOLDNINGER TIL NEDSÆTTENDE OG KRÆNKENDE KOMMENTARER PÅ SOCIALE MEDIER	30
KAPITEL 4 – FACEBOOK SOM PLATFORM FOR INFORMATION OG OFFENTLIG DEBAT	32
4.1 BRUGERNES HOLDNINGER TIL FACEBOOK SOM PLATFORM FOR OFFENTLIG DEBAT	32
4.2 HVEM DER DEBATTERER PÅ FACEBOOK	33
4.3 EMNER DER DEBATTERES	37
4.4 HVOR DEBATTEN FINDER STED	39
KAPITEL 5 – HVORDAN OPLEVES DEBATTERNE PÅ FACEBOOK?	43
5.1 TONEN HAR EN AFSKRÆKKENDE EFFEKT	43
5.2 EMNER FOLK HOLDER SIG FRA AT DEBATTERE	46
5.3 ÅRSAGER TIL AT HOLDE SIG FRA AT DEBATTERE	46
5.4 OPLEVELSE AF DEBATKLIMAET	47
5.5 ÆNDRING I EGEN ADFÆRD	48
5.6 ANDRES ADFÆRD PÅ FACEBOOK	49
5.7 OPLEVET NEDSÆTTENDE KOMMENTARER MOD ÉN SELV	53
5.8 AFSENDEREN ER EN UKENDT MAND	54
5.9 DE NEDSÆTTENDE KOMMENTARER HANDLER OM POLITISK HOLDNING OG KØN	56

KAPITEL 6 – ANSVARET FOR ULOVLIGT INDHOLD PÅ SOCIALE MEDIER	58
INDLEDNING	58
6.1 DET SOCIALE MEDIE FACEBOOK	59
6.1.1 NYHEDSMEDIER PÅ FACEBOOK	60
6.2 BRUGERENS ANSVAR FOR EGNE ULOVLIGE YTRINGER	61
6.2.1 STRAFFELOVENS § 235 – UDBREDELSE AF BØRNEPORNOGRAFISK MATERIALE	61
6.2.2 STRAFFELOVENS § 266 – TRUSLER	62
6.2.3 STRAFFELOVENS § 266 B – FORHÅNDELSE MV. AF BESTEMTE GRUPPER	62
6.2.4 STRAFFELOVENS § 267 – ÆREKRÆNKENDE UDTALELSER (INJURIER)	62
6.2.5 ERSTATNINGSANSVAR	63
6.3 SOCIALE MEDIERS ANSVAR FOR ULOVLIGT BRUGERGENERET INDHOLD	63
6.3.1 ANSVAR EFTER E-HANDELSLOVEN	64
6.3.2 ANSVAR FOR MEDVIRKEN EFTER STRAFFELOVEN	65
6.3.3 DET ERSTATNINGSRETTLIGE MEDVIRKENSANSVAR	66
6.4 NYHEDSMEDIERS ANSVAR FOR ULOVLIGT BRUGERGENERET INDHOLD PÅ SOCIALE MEDIER	66
6.4.1 ANSVAR EFTER E-HANDELSLOVEN	66
6.4.2 ANSVAR EFTER MEDIEANSVARSLØVEN	67
6.4.2.1 DET REDIGEREDE INDHOLD	67
6.4.2.2 DET UREDIGEREDE INDHOLD	68
6.4.3 ANSVAR FOR MEDVIRKEN EFTER STRAFFELOVEN	69
6.4.5 ERSTATNINGSANSVAR	70
KAPITEL 7 – KONKLUSION	72
KAPITEL 8 – ANBEFALINGER	75
KAPITEL 9 – LITTERATUR	77
NOTER	84

RESUMÉ

De sociale mediers indtog i vores hverdag har på mange måder demokratiseret den offentlige samtale og givet flere mulighed for at bruge deres ytringsfrihed til at deltage i den offentlige debat. Det er positivt for demokratiet at flere har mulighed for at tage del i samfundsdebatten. Herhjemme dominerer Facebook som det mest anvendte sociale medie i den danske befolkning, men bruges også af nyhedsmedier som platform til at publicere journalistik og skabe debat.

I takt med, at sociale medier vinder frem som arena for debat, begynder nye dilemmaer og udfordringer at vise sig – særligt tonen i debatten er løbende genstand for diskussion.

Denne undersøgelse ser nærmere på demokratisk deltagelse i debatter på det sociale medie Facebook. Undersøgelsen baserer sig på en spørgeskemaundersøgelse blandt 2.305 danske Facebook-brugere og belyser brugernes holdninger til ytringsfriheden på sociale medier, oplevelser af Facebook-debatter og forskelle i debatadfærd. Derudover ser vi på, hvilken betydning tonen i debatter på Facebook har for den demokratiske deltagelse.

Efter den empiriske del afdækker vi, hvorvidt henholdsvis den enkelte bruger, de sociale medier og nyhedsmedier som har sider på sociale medier, har et ansvar for det ulovlige indhold på sociale medier, som brugere lægger op.

HOLDNINGER TIL YTRINGSFRIHED PÅ SOCIALE MEDIER

Undersøgelsen viser, at knap halvdelen (48 pct.) af de adspurgte opfatter sociale medier som en gevinst for ytringsfriheden. For en tredjedel af de adspurgte har sociale medier ført til, at de deltager i flere debatter end før.

Samtidig er der en klar forskel i opfattelsen af sociale mediers betydning for ytringsfriheden, når man sammenligner personer, der aktivt deltager i samfundsdebatter, og de der ikke gør. Mens hele 60 pct. af dem, der deltager i samfundsdebatter mener, at de sociale medier er en gevinst, er det til sammenligning kun 38 pct. af dem, der ikke debatterer, der deler den holdning. Det betyder altså, at dem, der aktivt tager del i debatten, står stærkere på vigtigheden af de sociale medier sammenlignet med dem, der ikke deltager.

FACEBOOK ER EN VIGTIG PLATFORM FOR DEBAT

Godt halvdelen (48 pct.) af de adspurgte er enige i, at Facebook er en vigtig platform for den offentlige debat. Denne opfattelse er mere udbredt blandt dem, der deltager i samfundsdebatter (61 pct.) end blandt dem, der ikke deltager i samfundsdebatter (38 pct.). Ikke desto mindre tegner det et billede af, at Facebook i dag har etableret sig som en vigtig og dominerende diskussionsplatform, hvor den offentlige debat udfolder sig.

DEBATTEN DOMINERES AF ÆLDRE OG MÆND

Undersøgelsen viser, at samfundsdebatten på Facebook er meget lidt repræsentativ set i forhold til både alder og køn. Tallene demonstrerer, at køn og alder har en signifikant betydning for den enkeltes deltagelse i samfunds- og politiske debatter på Facebook.

Gruppen af dem, der deltager i debatter om samfundsrelaterede emner, domineres af de 50+-årige (64 pct.), hvorimod de 18-29-årige blot udgør 8 pct. af de aktive i de samfundsrelaterede debatter.

På baggrund af en regressionsmodel kommer vi frem til, at mænd langt hyppigere end kvinder deltager i samfundsdebatter på Facebook. Sandsynligheden for, at en mand deltager i samfundsdebatter på Facebook er på 54 pct., mens den kun er på 35 pct. for kvinders vedkommende.

TONEN HAR EN AFSKRÆKKENDE EFFEKT

Tonen har en afskrækkende effekt på folks deltagelse og engagement i den demokratiske samtale på Facebook. Dette ses ved, at 59 pct. angiver, at tonen får dem til at afholde sig fra at give deres mening til kende. Kvinder afholder sig i større grad end mænd, mens unge afholder sig i højere grad end ældre.

Tallene illustrerer, at debattens tone har en direkte indvirkning på lysten til at ytre sig i debatter på Facebook. Tonen og de negative kommentarer i debatten kan være med til at lukke vigtige stemmer ude af samfundsdebatten.

NEDSÆTTENDE KOMMENTARER OG TRUSLER FYLDER I DEBATTEN

Tre ud af fire af dem, der deltager i samfundsdebatter, har oplevet, at andre skriver noget nedsættende eller krænkende i et kommentarspor på Facebook. Knap halvdelen (45 pct.) oplever, at andre ofte eller af og til skriver noget truende i et kommentarspor på Facebook, mens en ud af ti svarer, at de har skrevet en kommentar, som kunne opfattes som nedsættende eller krænkende.

Samtidig har næsten halvdelen (41 pct.) af dem, der deltager i samfundsdebatter oplevet nedsættende kommentarer mod dem selv i debatter på Facebook. Lidt flere mænd end kvinder oplever dette. Det kan dels skyldes, at mænd oftere deltager i debatter om såkaldte "trigger"-emner, der kan være politisk ømtålelige og dels, at mænd selv oftere skriver nedsættende kommentarer.

KØN HAR BETYDNING FOR DEBATADFÆRD

Kvinder og mænds adfærd adskiller sig væsentligt på Facebook. De forskellige måder at agere på Facebook på viser sig ved, at mænd mere end tre gange så ofte som kvinder er afsendere af nedsættende og krænkende kommentarer. Særligt rettes disse kommentarer mod andre mænd.

Selvom mænd i højere grad oplever krænkende og nedsættende kommentarer, oplever kvinder tre gange så ofte som mænd, at de krænkende og nedsættende kommentarer handler om deres køn frem for fx politisk holdning.

Generelt debatterer mænd mere end kvinder, de har fokus på at værne om ytringsfriheden, og de skriver langt oftere nedsættende kommentarer til andre. Kvinder derimod, holder sig oftere væk fra debatten på grund af den hårde og negative debattone og er mere optagede af, hvorvidt den enkelte udsættes for diskrimination og krænkelse.

EN DEMOKRATISK UDFORDRING

Ytringsfrihedens kår på de sociale medier bliver i disse år diskuteret vidt og bredt. Nogle mener, at grænserne for ytringsfriheden er blevet for vide på de sociale medier, og at det er blevet for let at ytre sig groft, truende og diskriminerende bag en skærm. Andre stemmer fremfører, at de sociale medier har fået for meget magt til at bestemme over, hvilket indhold, der skal være tilladt på deres platforme, og at disse beslutninger ikke tager udgangspunkt i juridiske vurderinger af, hvorvidt indholdet er ulovligt eller ej.

Ytringsfriheden er en af vores mest centrale menneskerettigheder, og der bør derfor udvises varsomhed med hensyn til restriktioner og begrænsninger af ytringsfriheden. Det er imidlertid et faktum, at en grov tone i debatter på Facebook, får folk til at holde sig fra at ytre sig.

En sund demokratisk debat kræver deltagelse fra mange forskellige stemmer, og når et flertal vælger at afstå fra at tage del i den demokratiske samtale online, så er der tale om en udfordring, som samfundet må diskutere.

ANSVAR FOR ULOVLIGT INDHOLD PÅ SOCIALE MEDIER

Med de sociale medier som mellemlid og platform for offentlig debat opstår nye spørgsmål i forhold til ansvaret for det klart ulovlige indhold, der publiceres på platformen af brugerne. Særligt i forhold til ansvaret for klart ulovligt indhold. Helt konkret forsøger vi at afdække, hvilket ansvar henholdsvis den enkelte bruger, de sociale medier og nyhedsmedier, som har sider på sociale medier, har for det ulovlige brugergenerede indhold på sociale medier.

Brugere, som ytrer sig strafbart på de sociale medier, har utvivlsomt et ansvar efter de almindelige straffe- og erstatningsretlige regler.

Sociale mediers ansvar er et ansvar efter e-handelslovens notice-and-take down-princip, men omfanget af ansvaret må afklares af de danske domstole. Det må også afklares, hvilket ansvar de sociale medier kan ifalde efter straffelovens regler om medvirken.

Det må afklares af de danske domstole, om nyhedsmedier med sider på sociale medier kan anses for formidlere af det brugergenererede indhold efter e-handelsloven og dermed være omfattet af notice-and-take down-princippet. Det må også afklares, hvilket ansvar disse nyhedsmedier kan ifalde efter straffelovens regler om medvirken.

ANBEFALINGER

Hvis vi skal fastholde en fri og demokratisk debat på de sociale medier med plads til forskellige stemmer, så stiller det krav til både brugere, sociale medier og nyhedsmedier.

I det følgende præsenterer Institut for Menneskerettigheder en række anbefalinger, som fokuserer på, hvordan der kan skabes gode rammer for den demokratiske samtale online. Anbefalingerne retter sig både mod politi, anklagemyndighed, nyhedsmedier og lovgivere.

HÅNDHÆVELSE AF ANSVAR

Ytringsfriheden og dens grænser gælder også på sociale medier, hvor der bør være en effektiv håndhævelse af lovgivningen. Instituttet anbefaler:

- At politi og anklagemyndighed sikrer en effektiv retshåndhævelse af det strafferetlige medvirkensansvar, som sociale medier kan have for klart ulovligt brugergenereret indhold, som ikke er fjernet i henhold til notice-and-take-down princippet i e-handelsloven.
- At politi og anklagemyndighed sikrer en effektiv retshåndhævelse af det strafferetlige medvirkensansvar, som nyhedsmedier kan have for klart ulovligt brugergenereret indhold, som ikke er fjernet i henhold til notice-and-take-down princippet i e-handelsloven.

NYHEDSMEDIER SÆTTER KLARE RAMMER FOR DEBAT PÅ SOCIALE MEDIER

Nyhedsmedier benytter i stigende grad sociale medier som platforme for distribution af nyheder og debatstof. Med sociale medier som mellemlid er der uklarhed om nyhedsmediers ansvar for den debat, de er værter for på deres egne sider på sociale medier. Instituttet anbefaler:

- At nyhedsmediernes i højere grad udarbejder klare retningslinjer for brugerdebat på sociale medier, som det følger af de presseetiske retningslinjer. Det skal sikre, at brugerne kender rammerne for debatten på nyhedsmediets sociale

medie-side. Disse retningslinjer bør formuleres med respekt for den enkeltes ytringsfrihed.

- At nyhedsmedierne sørger for klageadgang, så brugere kan klage over brugerkommentarer, der overtræder retningslinjerne, eller kommentarer der er blevet fjernet af nyhedsmediet.
- At nyhedsmediernes moderering af brugerdebat sker ud fra klare og transparente kriterier.

REVISION AF MEDIEANSVARSLØV

Medieansvarsloven er fra 1992 og indeholder ikke særlige regler om sociale medier. Regeringen og Folketinget bør overveje spørgsmålet om medieansvarslovens betydning for sociale medier, såfremt Ytringsfrihedskommissionens arbejde måtte give anledning til det.

DIGITAL DANNELSE

Den demokratiske debats mangfoldighed bør styrkes ved at begrænse udbredelsen af trusler, chikane og diskrimination på sociale medier. Institutet anbefaler:

- At befolkningens digitale dannelse styrkes ved gennemførelsen af en national handlingsplan, som har fokus på forskellige aldersgrupper (børn, unge, voksne og ældre), og som kan omfatte fx kampagner om digital adfærd og rettigheder, undervisning i grundskoler samt offentlig debat generelt.

SUMMARY

In many ways, the incursion of social media in our daily lives has democratised the public debate and provided more people with the opportunity to use their freedom of expression. Having more people in the public debate is positive for the democracy. Facebook dominates in Denmark, and it is the social media most commonly used by the Danish population as well as the news media as a platform to publish journalism and generate debate.

New dilemmas and challenges are arising as the social media gains more and more ground as an arena for debate. The tone of the debate in particular is often under discussion.

This study looks more closely at democratic participation in debates on Facebook. The study is based on a questionnaire survey of 2,305 Danish Facebook users, and it illustrates the users' opinions on freedom of expression on social media, their experience of Facebook debates, and the differences in debate behaviour across age and gender. Furthermore, the study looks at how the tone of debates on Facebook affects democratic participation.

Following the empirical part, we describe the extent to which the individual user, social media companies, and news media with pages on the social media, respectively, are liable for unlawful user generated content on social media.

OPINIONS ON FREEDOM OF EXPRESSION ON SOCIAL MEDIA

The study shows that almost half (48%) of the respondents perceive social media as a gain for freedom of expression. Social media have encouraged one-third of respondents to participate in more debates than before.

There is also a clear difference in the perception of the importance of social media for freedom of expression, when comparing people who actively participate in the public debate and those who do not. While as many as 60% of those who participate in the public debate believe that social media are a benefit, in comparison just 38% of those who do not participate share this opinion. Therefore, those who actively take part in the debate, more fervently advocate the importance of social media than those who do not participate.

FACEBOOK IS AN IMPORTANT PLATFORM FOR DEBATE

Almost one-half (48%) of those questioned agree that Facebook is an important platform for the public debate. This perception is more widespread among those who participate in the public debate (61%) than among those who do not participate in the public debate (38%). Nevertheless, this confirms that Facebook has established itself as an important and dominant discussion platform on which the public debate unfolds.

THE DEBATE IS DOMINATED BY THE ELDERLY AND MEN

The study shows that the public debate on Facebook is not very representative in relation to age and gender. The figures demonstrate that gender and age have a significant impact on whether an individual is likely to participate in the public debate on Facebook.

The group who participate in debates on society-related topics is dominated by people aged 50+ (64%), whereas 18-29-year-olds represent just 8% of participants in society-related debates.

On the basis of a regression model, we find that men participate in the public debate on Facebook far more frequently than women. The probability of a man participating in the public debate on Facebook is 54%, whereas it is only 35% for women.

THE CHILLING EFFECT

The tone discourage people from taking part and getting involved in the democratic conversation on Facebook. 59% state that the tone keeps them from sharing their opinions. Women refrain more than men, while the young are more deterred than older people.

The figures indicate that the tone of the debate has a direct impact on people's willingness to express themselves in debates on Facebook. The tone and the negative comments in the debate can mean that important voices are kept out of the public debate.

DEROGATORY COMMENTS AND THREATS OCCUPY THE DEBATE

Three in four of those who participate in the public debate have experienced that other people write something derogatory or offensive in a comment on Facebook. Almost half (45%) experience that others often or occasionally write something threatening in a comment on Facebook, whereas one out of ten responds that they have written a comment that could be perceived as derogatory or offensive.

Furthermore, almost half (41%) of those who participate in the public debate have experienced derogatory comments towards themselves in debates on Facebook. Slightly more men than women have experienced this. This may partly be because men participate more often in debates on the so-called "trigger" subjects that

can be politically controversial, and because men themselves write derogatory comments more often.

GENDER IS OF SIGNIFICANCE FOR BEHAVIOUR IN THE DEBATE

The behaviour on Facebook for men and women differs considerably. The different behaviours on Facebook are demonstrated by men sending derogatory and offensive comments more than three-times more often than women. These comments are particularly directed towards other men.

Even though men experience offensive and derogatory comments more often, women experience that the offensive and derogatory comments are about their gender rather than their political opinion three-times more often than men.

Generally, men debate more than women, they have focus on safeguarding the freedom of expression, and they write derogatory comments to others far more often. Women, on the other hand, keep out of the debate more often because of the harsh and negative tone, and they are more concerned about whether the individual is exposed to discrimination and offenses.

A DEMOCRATIC CHALLENGE

There is currently widespread debate on the conditions for freedom of expression on social media. Some believe that the limits on freedom of expression have become too wide on social media, and that harsh, threatening and discriminatory expression from behind a screen has become too easy. Others assert that social media companies have too much power to determine what content is permitted on their platforms based on their own community standards

Freedom of expression is one of our most important human rights, and therefore it is vital to exercise caution regarding restrictions on the freedom of expression. However, it is a fact that a harsh tone in debates on Facebook discourages people from expressing themselves.

A healthy democratic debate requires participation by many different voices, and society faces a challenge that must be addressed when a majority choose to refrain from taking part in the democratic debate online.

LIABILITY FOR UNLAWFUL CONTENT ON SOCIAL MEDIA

With the social media as an intermediary and platform for the public debate, new issues arise in relation to liability for unlawful content published on the platform by users. More specifically, we attempt to describe the extent to which the individual user, the social media companies, and news media with pages on the social media, respectively, are liable for unlawful content on social media generated by users.

There is no doubt that individuals who express themselves unlawfully on social media are liable for doing so under the Criminal Code and the law on damages.

The social media is primarily liable according to the notice-and-take-down principle in the law on e-commerce (**e-handelsloven**), but the scope of the liability must be determined by the Danish courts. The liability of social media under the Criminal Code rules on complicity also has to be clarified.

The Danish courts must clarify whether news media with pages on social media may be regarded as intermediaries within the meaning of law on e-commerce in regards to the user-generated content and therefore covered by the notice-and-take-down principle. Clarification is also required for the liability of these news media under the Criminal Code rules on complicity.

RECOMMENDATIONS

Maintaining a free and democratic debate on social media, with room for different voices, puts demands on users, social media companies and news media.

In the following, the Danish Institute for Human Rights presents several recommendations focusing on creating a good framework for democratic debate online. The recommendations aim at the police and prosecution, the legislators and the news media.

ENFORCEMENT OF LIABILITY

Freedom of expression and its limits also apply on social media, where there should be effective enforcement of legislation. The Institute recommends:

- That the police and prosecution ensure effective law enforcement of the liability for the social media for unlawful user-generated content, including under the law on e-commerce and the Criminal Code.
- That the police and prosecution ensure effective law enforcement of the liability for the news media with pages on social media for unlawful user-generated content, including under the law on e-commerce and the Criminal Code.

NEWS MEDIA SET A CLEAR FRAMEWORK FOR DEBATE ON THE SOCIAL MEDIA

News media are increasingly using social media as platforms to distribute news and engage in debate with the users. With social media as an intermediary, the liability of the news media for the debate they host on their own pages on social media is unclear. The Institute recommends:

- That the news media draw up clearer guidelines for user debate on the social media platforms, as stated in the press-ethical guidelines. This will ensure that users know the framework for the debate on news media pages on the social media. These guidelines should be designed with respect for the individual's freedom of expression.

- That the news media ensure the right of appeal, so that users can complain about user comments which contravene the guidelines, or comments that have been removed by the news media.
- That content moderation of the user debate by the news media is based on clear and transparent criteria.

REVISION OF THE MEDIA LIABILITY ACT (MEDIANSVARSLOVEN)

The Media Liability Act is from 1992 and does not include special regulations on the social media. The Danish Government and Parliament should consider the importance of the Media Liability Act for social media, if the work by the Freedom of Expression Commission puts this forward.

DIGITAL ETIQUETTE

Diversity in the democratic debate should be enhanced by restricting the spread of threats, harassment and discrimination. The Institute recommends:

- That public digital etiquette is improved by implementing a national action plan focussing on different age groups (children, young people, adults and the elderly), which could include campaigns on digital behaviour and rights, teaching in primary and lower secondary schools, as well as the public debate in general. The planned Data Ethics Council could also incorporate the issue of digital etiquette in its work.

KAPITEL 1

INDLEDNING

De sociale mediers indtog i vores hverdag har på mange måder demokratiseret den offentlige samtale og givet flere mulighed for at bruge deres ytringsfrihed til at deltage i den offentlige debat. Det er positivt for den demokratiske deltagelse, at flere har mulighed for at tage del i samfundsdebatten.

Samtidig ser vi, at debatten på sociale medier som Facebook virker ekskluderende for mange.¹

I takt med, at sociale medier vinder frem som arena for debat, begynder nye dilemmaer og udfordringer at vise sig.

I 2017 udgav Institut for Menneskerettigheder rapporten "Hadefulde ytringer i den offentlige debat online". Rapporten satte fokus på omfang og karakteren af såkaldte hadefulde ytringer fremsat i kommentarsporene på DR Nyheder og TV2 Nyhedernes Facebook-sider. Undersøgelsen fandt, at hver syvende kommentar, der blev indsamlet havde et hadefuldt indhold og var rettet mod personers politiske holdning, etnicitet, religion eller køn. På baggrund af en spørgeskemaundersøgelse blandt Facebook-brugere viste rapporten også, at den hårde tone afholder godt halvdelen af brugerne fra at udtrykke deres mening og deltage i debatten.² Det vil sige, at debatten har en afskrækkende effekt på folks engagement i den offentlige debat. Det er en demokratisk udfordring, når mange vælger at trække sig fra den offentlige debat alene på grund af tonen.³ Afholder tonen mange fra at deltage, særligt blandt unge og kvinder, så mister debatten nuancer, og den demokratiske samtale bliver fattigere.

Forholdet mellem sociale medier og demokratisk deltagelse rejser ligebehandlings- og menneskeretlige problemstillinger, der blandt andet relaterer sig til beskyttelse mod diskrimination og retten til ytringsfrihed. De to rettigheder kan i konkrete situationer repræsentere modsatrettede hensyn, og det er vigtigt at have beskyttelsen af begge rettigheder for øje i analysen af dette relativt nye område.

FNs specialrapportør for vold mod kvinder fremhæver beskyttelsen af udsatte grupper mod online diskrimination som et helt centralt element, hvis vi skal forebygge og bekæmpe vold mod kvinder på internettet og sociale medier.⁴ Ifølge specialrapportøren er det vigtigt at anerkende, at internettet bruges til systematisk

diskrimination af kvinder, hvilket påvirker deres brug af internettet og forhindrer dem i den fulde udøvelse af deres rettigheder online.⁵

Det er i samfundets interesse at bekæmpe negative fordomme og intolerance mod bestemte grupper i samfundet, så debatten online ikke udmønter sig i forskelsbehandling og får som konsekvens, at folk afholder sig fra at ytre sig og tage del i den demokratiske samtale, der finder sted på internettet.

Arbejdet med at modvirke diskrimination på sociale medier er derfor essentielt for at sikre ligestilling og ligebehandling.⁶

1.2 DEN DEMOKRATISKE SAMTALE PÅ FACEBOOK

Medielandskabet har ændret sig i takt med den teknologiske udvikling, og de sociale medier spiller i dag en betydelig rolle i formidlingen af journalistik. De traditionelle massemedier publicerer i høj grad på sociale medier, og den demokratiske samtale er i udpræget grad rykket over på disse platforme.

En analyse foretaget af IDA med hjælp fra Danske Medier viser, at de professionelle danske medier bruger sociale medier aktivt både som publikationskanal og til at skabe debat.⁷ Når traditionelle nyhedsmedier vælger at gøre brug af Facebook som distributionskanal og platform for debat, fører det nye udfordringer med sig i forhold til ansvar for det indhold, der publiceres på platformen, som kan være såvel lovligt som ulovligt, brugergenereret indhold som redaktionelt indhold.

Rigsadvokatens praksisoversigt over hadforbrydelser og straffelovens § 266 b fra 2015-2017 viser, at 29 ud af 38 sager med domfældelse eller bødeforlæg vedrørte ytringer, der var fremsat på sociale medier, herunder var 28 fremsat på Facebook og én på Twitter.⁸

Facebook er det mest anvendte sociale medie i den danske befolkning, og derfor er Facebook et oplagt sted at undersøge brugernes erfaringer med at deltage i samfunds- og politiske debatter.

Som opfølgning på undersøgelsen fra 2017 har instituttet i 2018 således gennemført en spørgeskemaundersøgelse sammen med YouGov blandt danske Facebook-brugere. Undersøgelsen ser på brugernes holdninger til ytringsfriheden på sociale medier, erfaringer med og oplevelser af Facebook-debatter samt egen og andres adfærd.

Til sidst i denne rapport gennemgås, hvilket ansvar henholdsvis den enkelte bruger, de sociale medier og nyhedsmedier, som har sider på sociale medier, har for det ulovlige brugergenerede indhold på sociale medier.

Denne rapport sætter således fokus på:

- Facebook-brugeres holdninger til ytringsfrihed på sociale medier
- Demokratisk deltagelse i debatter på Facebook, herunder hvem der deltager i samfundsdebatter på Facebook, og hvem der ikke gør
- Hvordan tonen opleves og hvilken konsekvens den har for deltagelse blandt Facebook-brugere
- Hvilken type adfærd Facebook-brugerne oplever
- Hvilket ansvar den enkelte bruger, de sociale medier og nyhedsmedier, som har sider på sociale medier, har for det ulovlige brugergenerede indhold på sociale medier.

KAPITEL 2

METODE OG DATA

Dette afsnit er en kort beskrivelse af den anvendte metode i undersøgelsen.

Vi har undersøgt, hvordan Facebook-brugere oplever debatkulturen på det sociale medie, herunder motivationen for at indgå aktivt i samfundsrelaterede debatter samt årsager til, at folk afholder sig fra at deltage i denne type debatter på Facebook.

Den internetbaserede undersøgelse er gennemført i perioden 11. - 19. april 2018. Undersøgelsen er gennemført blandt voksne danskere over 18 år, som har en Facebook-profil. Der er udsendt invitationer via e-mail til personer, der opfylder disse krav i YouGov Panelet.⁹ Et flow chart over de forskellige selektioner kan ses i figur 1.

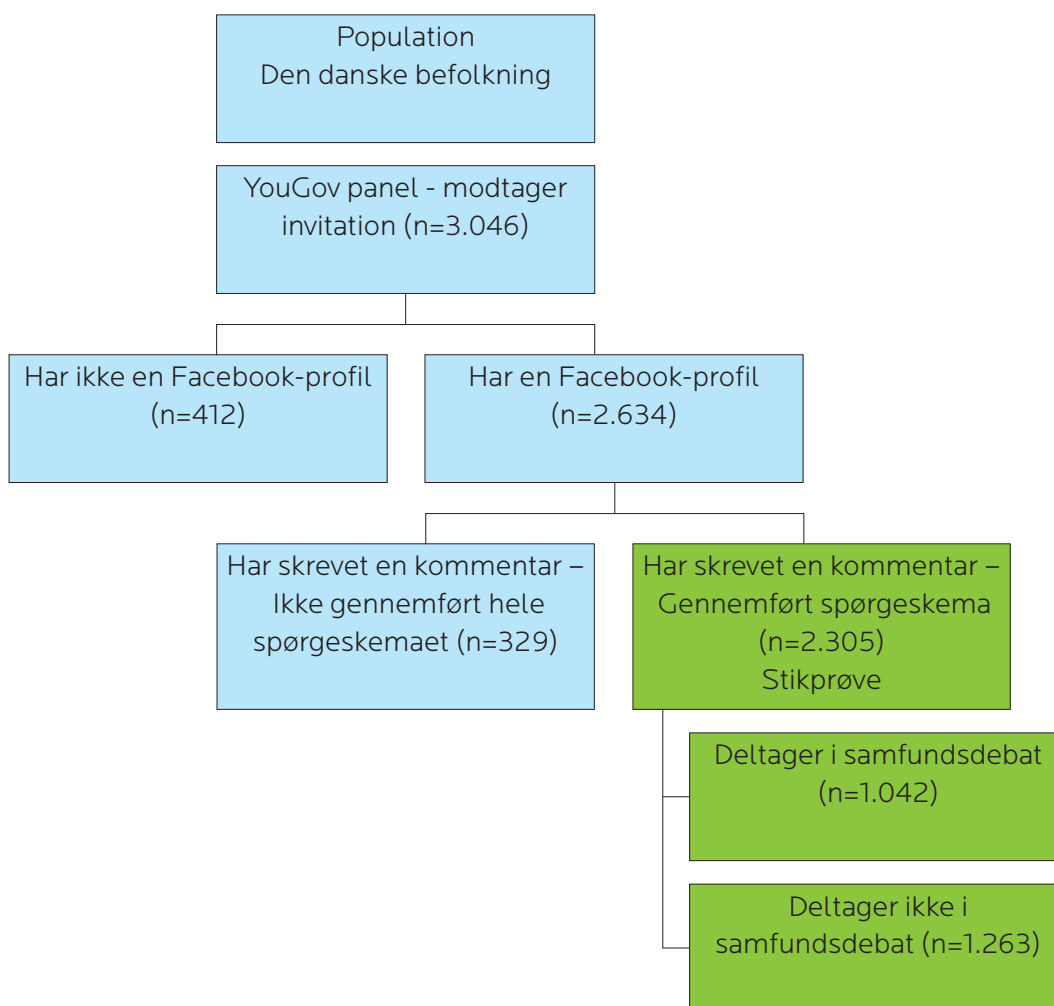
Undersøgelsen fokuserer på Facebook-brugere, da Facebook er det største sociale medie i Danmark og en væsentlig platform for debat for både brugere og traditionelle medier. Ifølge tal fra 2017 fra Danmarks Statistik bruger 66 pct. af internetbrugerne i alderen 16-89 år Facebook mindst én gang i løbet af en uge.¹⁰ Tallene viser også, at kvinder (76 pct.) i lidt højere grad gør brug af Facebook enten dagligt eller flere gange dagligt, end mænd gør (67 pct.).¹¹

Kriteriet for at indgå i denne undersøgelse har været, at man har en Facebook-profil og har brugt denne til at skrive kommentarer i den ene eller anden sammenhæng. Det er gjort for at sikre, at vi har fået fat i dem, der rent faktisk benytter Facebook aktivt. Har en respondent ikke skrevet kommentarer på Facebook, så udgår besvarelsen af undersøgelsen. Hvis en respondent angiver, at vedkommende typisk kommenterer på samfunds- og politiske debatter, så indgår vedkommende i kategorien "deltager i samfundsdebat", som indebærer at deltage i samfundsrelaterede og politiske debatter på Facebook. I denne undersøgelse forstår vi således det at debattere samfundsrelaterede og politiske emner, som at disse respondenter tager del i en offentlig debat på Facebook, hvor man kan indgå i meningsudvekslinger med andre. Svarer respondenteren derimod, at vedkommende typisk kommenterer på andet end samfundsrelaterede og politiske debatter, såsom det at skrive en lykønskning eller kommentere på en begivenhed, så indgår vedkommende i kategorien "deltager ikke i samfundsdebat" (se figur 1). Det er med andre ord en præmis for undersøgelsen, at vi opererer med disse to respondentgrupper.

Det interessante for os har været, at undersøge forskellen i adfærd og holdninger blandt de der tilkendegiver, at de engagerer sig i samfunds- og politiske debatter på Facebook og dem, der tilkendegiver, at de vælger disse fra.

Undersøgelsen fokuserer derfor både på besvarelser fra dem, der tilkendegiver, at de deltager i samfundsdebatter og fra de, der svarer, at de ikke deltager i samfundsdebatter. Ved at sammenligne besvarelserne fra de to grupper af respondenter er det muligt at identificere forskel i adfærd og holdninger til dét at deltage i debatter på Facebook – særligt med fokus på, hvilken konsekvens tonen i debatten har for respondenternes deltagelse.

FIGUR 1: Flow chartet viser, hvordan besvarelserne er indhentet og filtreret.



Af de 2.305 respondenter, som udgør den samlede stikprøve, svarer 55 pct. (n 1.263), at de ikke har debatteret samfundsrelaterede emner, mens 45 pct. (n 1.042) svarer, at de debatterer samfundsrelaterede emner, som i denne sammenhæng sidestilles med det at have deltaget i en samfundsdebat på Facebook nogensinde.¹²

I det følgende tages der således både udgangspunkt i den samlede stikprøve, og der foretages sammenligninger af de to grupper, når det skønnes relevant.

Hvor der er en signifikant forskel mellem kvinder og mænds besvarelser, fremhæves disse. Alder har også en afgørende betydning for deltagelsen i samfundsrelaterede debatter på Facebook, og dette fremhæves løbende, når det er relevant.

Enkelte steder er der foretaget en faktoranalyse, som er en statistisk metode, der komprimerer flere spørgsmål om aspekter af samme fænomen (eksempelvis ytringsfrihed).

2.1 REPRÆSENTATIVITET

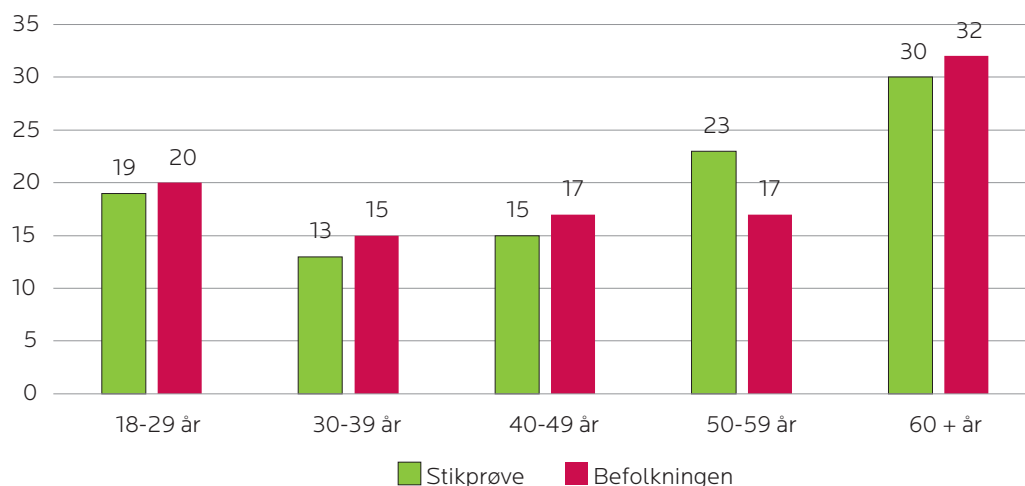
Vi sammenligner sammensætningen af deltagerne i YouGov-målingen med den danske befolkning i almindelighed, da der ikke findes tilstrækkelig med data om danske Facebook-brugere. Facebook-brugerne i denne undersøgelse er repræsentative for befolkningen, og besvarelserne viser, at brugen går på tværs af køn og alder.

I de tilfælde, hvor der er signifikante sammenhænge mellem alder, køn, uddannelsesniveau eller geografi og deltagelse i debatter på Facebook, fremgår det af gennemgangen af resultaterne.

Stikprøvens aldersfordeling afviger ikke markant fra almenbefolkningens, men for aldersgruppen 50-59 år er der en svag overrepræsentation på 6 procentpoint i stikprøven (figur 2).

FIGUR 2: 2.305 respondenter. Alder er sammenlignet med befolkningen fra 18 år – maximal alder. Baseret på Danmarks Statistik.

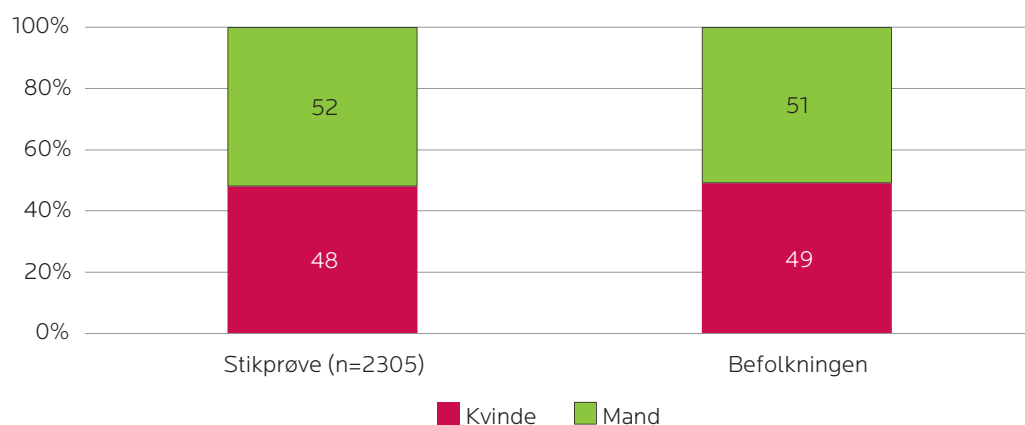
Aldersfordeling – stikprøve kontra befolkningen



Ser vi på kønssammensætningen i stikprøven sammenholdt med befolkningen, udgør kvinders andel 52 pct. og mænds andel 48 pct. Således stemmer undersøgelsen overens med kønsfordelingen i befolkningen generelt (figur 3).

FIGUR 3: 2.305 respondenter. Kønsfordelingen er sammenlignet med befolkningen fra 18 år – maximal alder. Baseret på Danmarks Statistik.

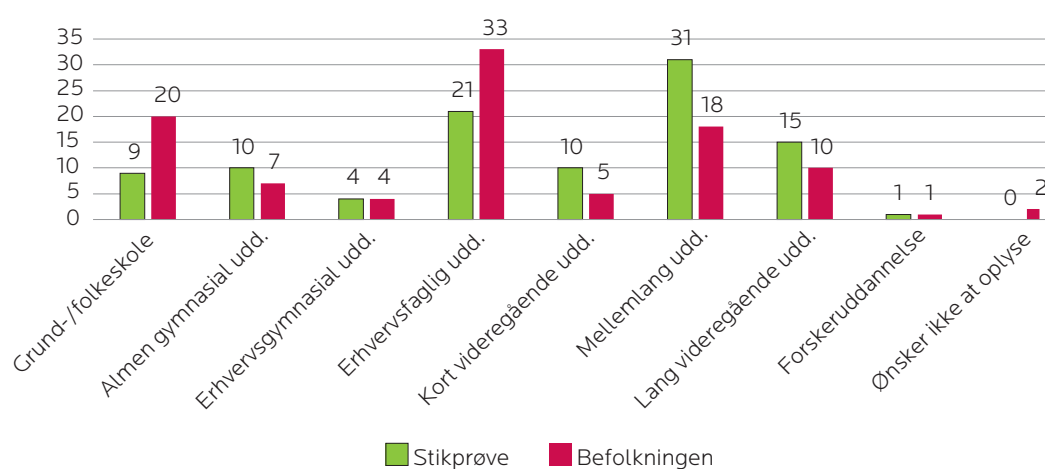
Kønnsfordeling – stikprøve kontra befolkningen



Brugerne afviger en anelse fra befolkningen i almindelighed set i forhold til uddannelse. Der er en overrepræsentation af højtuddannede sammenlignet med befolkningen og en underrepræsentation af personer med erhvervsfaglig uddannelsesbaggrund og personer uden uddannelse ud over folkeskolen. Endvidere er der en overrepræsentation af personer med en mellemlang videregående uddannelse (figur 4).

FIGUR 4: 2.305 respondenter. Uddannelsesniveau i stikprøven sammenlignet med befolkningen. Baseret på Danmarks Statistik.

Uddannelsesniveau stikprøve kontra befolkningen



Platforme som Facebook, Twitter, YouTube mm. går som oftest under betegnelsen sociale medier. Det kan dog diskuteres, om denne betegnelse er dækkende, da der ikke er tale om medier i traditionel forstand med en publicistisk forpligtelse og en ansvarlig chefredaktør. Men ordet "medie" leder opmærksomheden i retning af en medieansvarstænkning og denne tænkning smitter af i de politiske diskussioner om ansvarsplacering.¹³ En mere rammende betegnelse vil være "digitale platforme", da virksomhederne stiller en platform til rådighed, som andre kan lægge indhold op på. Vi vælger dog at gøre brug af betegnelsen sociale medier, da det er det hyppigst anvendte begreb i offentligheden, og også den betegnelse respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen er blevet præsenteret for.

KAPITEL 3

SOCIALE MEDIER OG YTRINGSFRIHED

Debatten om demokratisk deltagelse og "tonen" på sociale medier hænger uløseligt sammen med spørgsmålet om ytringsfrihed og ytringsfrihedens grænser. Mulighederne for at ytre sig frit i ord, tekst og billeder har aldrig været større end i dag. Digitaliseringen har tilvejebragt nye platforme for kommunikation, som samtidig betyder nye forudsætninger - og ikke mindst udfordringer for ytringsfrihedens rammer.¹⁴

Ytringsfriheden står stærkt i vores demokrati, som en grundlæggende rettighed – både som grundlovssikret ret og som central frihedsrettighed i menneskeretten. Selv om ytringsfriheden har vide rammer i Danmark, er den ikke absolut. Nogle gange kan det være nødvendigt for en stat at indskrænke ytringsfriheden fx for at undgå vold, had og overgreb. Straffelovens § 266 b (den såkaldte racismeparagraf), straffelovens kapitel om freds- og ærekrænkelser samt injurierlovgivningen er alle eksempler på begrænsninger i ytringsfriheden.

Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol (EMD) har i sin omfattende praksis i afgørelser vedrørende ytringsfrihed vedvarende tilkendegivet, at ytringsfriheden er af grundlæggende betydning for et demokratisk samfund, og at den ikke alene omfatter oplysninger og ideer, der er velsete eller neutrale, men også de, der chokerer, fornærmer eller foruroliger myndighederne eller dele af befolkningen. Dette følger af kravene om pluralisme, tolerance og åbenhed, uden hvilke der ikke kan være et "demokratisk samfund".¹⁵

Rammerne for ytringsfriheden er altså vide. Det indebærer på den ene side, at man må acceptere meninger og ytringer, som man kan være uenig i. På den anden side indebærer ytringsfrihed et ansvar for at respektere mennesker som ligeværdige, fx ved ikke at tilskynde til had af grupper, der får disse til at fremstå som mindre værd.

FN har gentagne gange fastslået, at menneskerettighederne også gælder på internettet,^{16 17} og diskussionen om ytringsfrihedens grænser på sociale medier rummer da også en række menneskeretlige udfordringer, som må adresseres.

På den ene side må den enkeltes ytringsfrihed respekteres, og på den anden side må der sikres en effektiv beskyttelse af de personer og grupper, som er udsat for eksempelvis had, diskrimination, chikane og trusler online, og som kan føre til, at disse grupper trækker sig.

Sociale medier kan således både fremme og begrænse brugen af ytringsfriheden på disse platforme, hvilket er med til at sætte rammerne for demokratisk deltagelse online.¹⁸

I dette afsnit belyser vi brugernes **holdninger** til ytringsfrihed og sociale medier. I kapitel 7 skitseres den **juridiske** ramme for ytringsfrihedens grænser på sociale medier, og der redegøres for, hvilket ansvar henholdsvis brugeren, de sociale medier og nyhedsmedier, der har sider på sociale medier, har for ulovligt brugergenereret indhold.¹⁹

3.1 BRUGERNES HOLDNINGER TIL YTRINGSFRIHED PÅ SOCIALE MEDIER OG I SAMFUNDET

Dette afsnit omhandler brugernes holdninger til ytringsfrihed på sociale medier generelt. Det vil sige, at der her kan være tale om alle typer af sociale medier (fx Facebook, Twitter, YouTube m.fl.), som respondenterne tager udgangspunkt i i deres besvarelser.

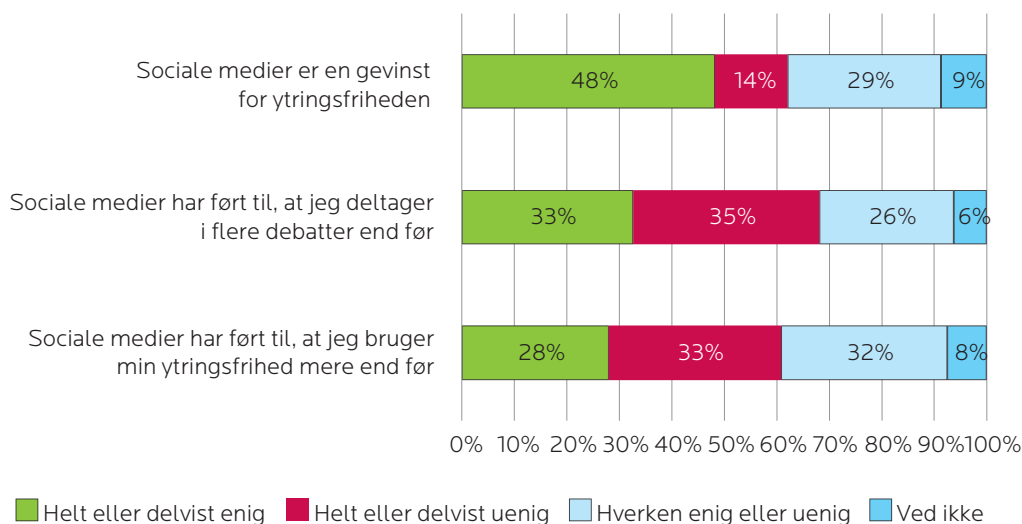
I kapitel 4 afgrænses spørgsmålene til udelukkende at omhandle Facebook.

Blandt de adspurgte i spørgeskemaundersøgelsen opfatter knap halvdelen sociale medier som en gevinst for ytringsfriheden. En tredjedel svarer, at sociale medier har ført til, at de deltager i flere debatter end før. Imidlertid er det kun hver fjerde, der angiver, at sociale medier har ført til, at de generelt bruger deres ytringsfrihed mere end før.

Flere erklærer sig uenige i de to sidste udsagn om, hvorvidt sociale medier fører til øget brug af ytringsfrihed og deltagelse i debatter. Det må betyde, at brugerne generelt betragter sociale medier som en gevinst for ytringsfriheden, men at det ikke altid afspejler sig i egen adfærd på sociale medier. En positiv indstilling til sociale mediers betydning for ytringsfriheden generelt følges altså ikke nødvendigvis op af en aktiv brug af egen ytringsfrihed på disse platforme.

FIGUR 5: 2.305 respondenter. Spm.29: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?"

Holdninger til sociale medier og ytringsfrihed

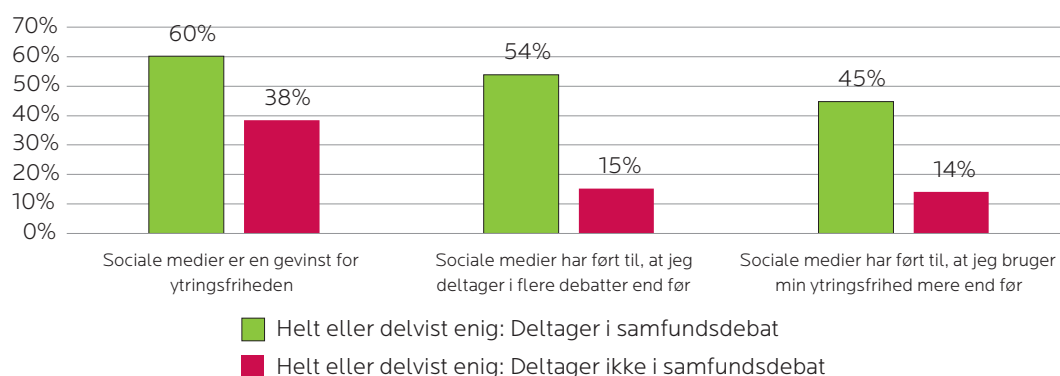


Billedet ændrer sig markant, når vi ser på besvarelserne fra de to grupper af respondenter: de, der tilkendegiver, at de deltager aktivt i debatter om samfundsrelaterede forhold, og de, der ikke debatterer samfundsmæssige emner. Besvarelserne illustrerer tydeligt, at de, der deltager i samfundsdebatter på Facebook har et positivt syn på sociale medier og muligheden for at ytre sig. For denne gruppe fungerer Facebook som en platform, som de aktivt anvender til at udøve deres ytringsfrihed, og denne aktive brug afspejles i en opfattelse af, at sociale medier generelt betragtes som en gevinst for ytringsfriheden.

Den anden gruppe, dem der ikke debatterer samfundsrelaterede emner, og som har fravalgt at blande sig i samfundsdebatter på Facebook, tillægger ikke de sociale medier en særlig betydning for udøvelsen af deres ytringsfrihed (se figur 6).

FIGUR 6: 2.305 respondenter. Spm.29: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?" Fordelt på de der deltager i samfundsdebat og de der ikke deltager i samfundsdebat.

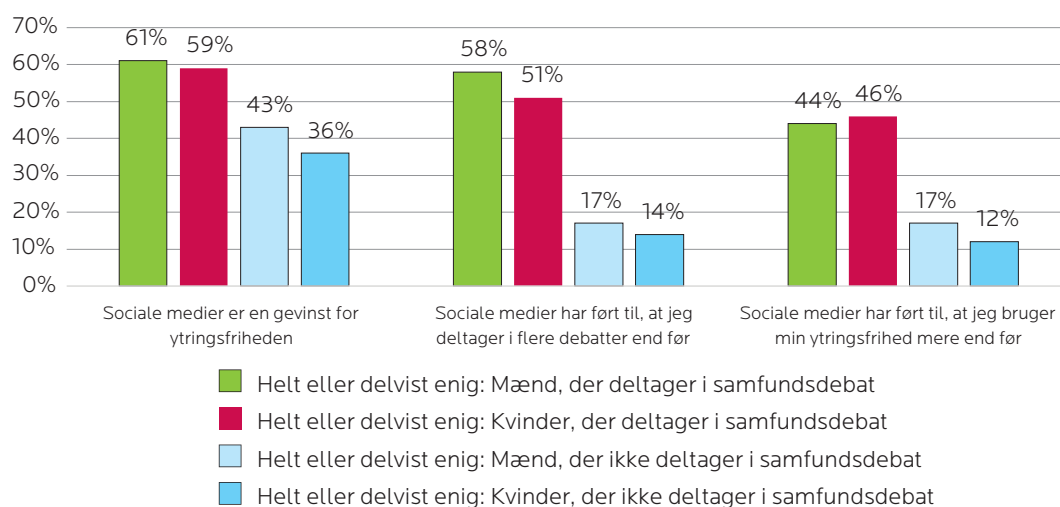
Holdninger til sociale medier og ytringsfrihed



Det ser ud til, at selvom køn også har lidt at sige, så skal forskellen især findes blandt dem, der deltager i samfundsdebatter og dem, der ikke deltager. Det ser således ud til, at en del af de kønsforskelle, som vi også finder i forhold til holdninger til ytringsfriheden udligner sig, når vi sammenholder de mænd, der deltager med de kvinder, der deltager, og samtidig sammenligner mænd, der ikke deltager med kvinder, der ikke deltager (se figur 7).

FIGUR 7: 2.305 respondenter. Spm. 29: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?". Fordelt på de der deltager i samfundsdebatter og de der ikke deltager i samfundsdebatter, fordelt på køn.

Holdninger til sociale medier og ytringsfrihed, fordelt på deltager/deltager ikke i debat og køn



Blandt gruppen, der aktivt tager del i debatter om samfundsrelaterede emner, mener 71 pct., at det er et problem, at folk afstår fra at ytre sig på grund af tonen i online-debatter, hvorimod 56 pct. af de, der ikke deltager i samfundsdebatter er enige i dette. Flere mænd end kvinder er enige i dette udsagn (se figur 9).

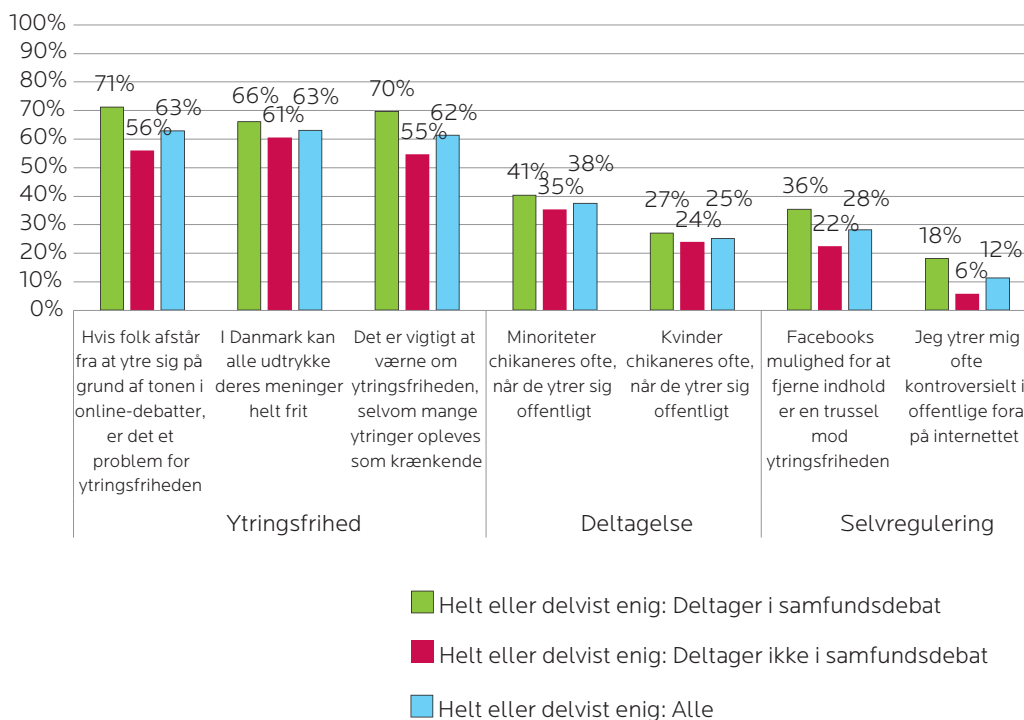
70 pct., af de, der deltager i samfundsdebatter, mener, at det er vigtigt at værne om ytringsfriheden, selvom mange ytringer kan opfattes som krænkende. Signifikant flere mænd end kvinder er enige i dette (se figur 9).

Der er generel enighed blandt respondenterne om, at alle kan udtrykke deres mening helt frit i Danmark, men samtidig mener lidt over hver tredje, at der er visse grupper, som risikerer at blive udsat for chikane, når de ytrer sig offentligt, herunder minoriteter og kvinder.

De, der deltager i samfundsdebatter på Facebook, mener i lidt højere grad end de, der ikke tager del i samfundsdebatter på Facebook, at både minoriteter og kvinder ofte chikaneres, når de ytrer sig offentligt.

FIGUR 8: 2.305 respondenter. Spm. 29: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?" Fordelt på de der deltager i samfundsdebatter og de der fravælger samfundsdebatter på Facebook.

Enig i udsagn, alle



Der er stor forskel mellem kønnene vedrørende udsagnet om, at minoriteter og kvinder ofte chikaneres, når de ytrer sig offentligt. For begge udsagn er der markant flere kvinder end mænd, der er enige i dette. Alligevel svarer 62 pct. af kvinderne, at alle i Danmark kan udtrykke deres meninger helt frit (figur 9).

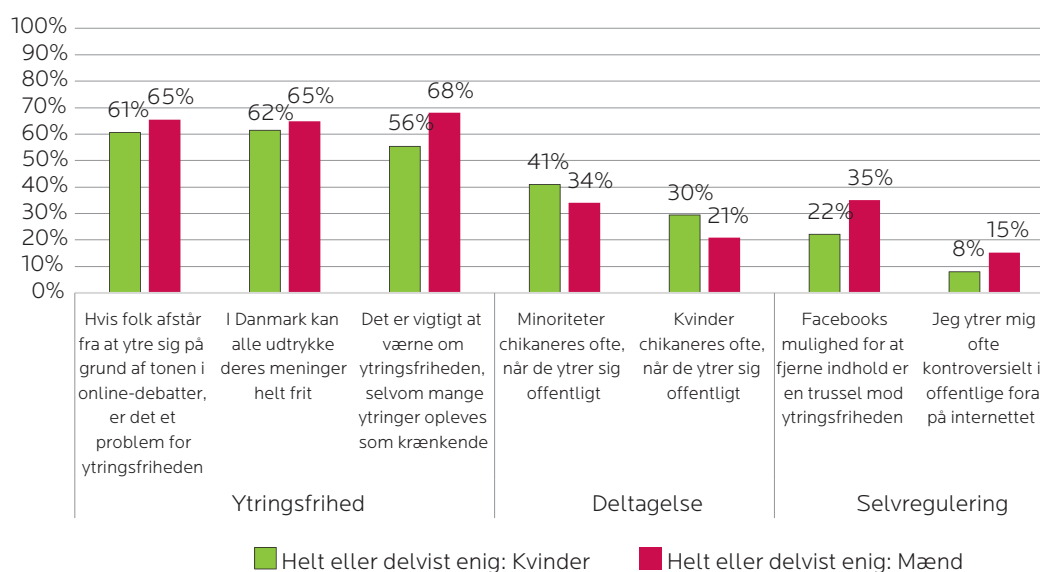
Der tegner sig et generelt billede af, at mænd (68 pct.) i højere grad end kvinder (56 pct.) har fokus på at værne om ytringsfriheden, hvilket eksempelvis ses ved holdningen til, at der skal værnes om ytringsfriheden, selvom ytringer kan opleves som krænkende (figur 9). Denne tendens ses også i en svensk undersøgelse om ytringsfrihed i svensk mediekultur.²⁰

Lidt over hver fjerde i denne undersøgelse anser det faktum, at Facebook kan fjerne indhold fra deres platform, som en trussel mod ytringsfriheden. De, der deltager i samfundsdebatter, ser dette som en langt større trussel end dem, der ikke deltager i samfundsdebatter, hvilket kan være udtryk for, at man som aktiv debattør på Facebook tillægger dette forhold en ret stor betydning, eftersom man potentielt kan opleve at få fjernet egne ytringer.

Markant flere mænd (35 pct.) end kvinder (22 pct.) mener, at dette er et problem (se figur 9). Ligeledes svarer markant flere mænd (15 pct.) end kvinder (8 pct.), at de ofte ytrer sig kontroversielt på internettet.

FIGUR 9: 2.305 respondenter. Spm. 29: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?" Fordelt på køn.

Enig i udsagn, fordelt på køn



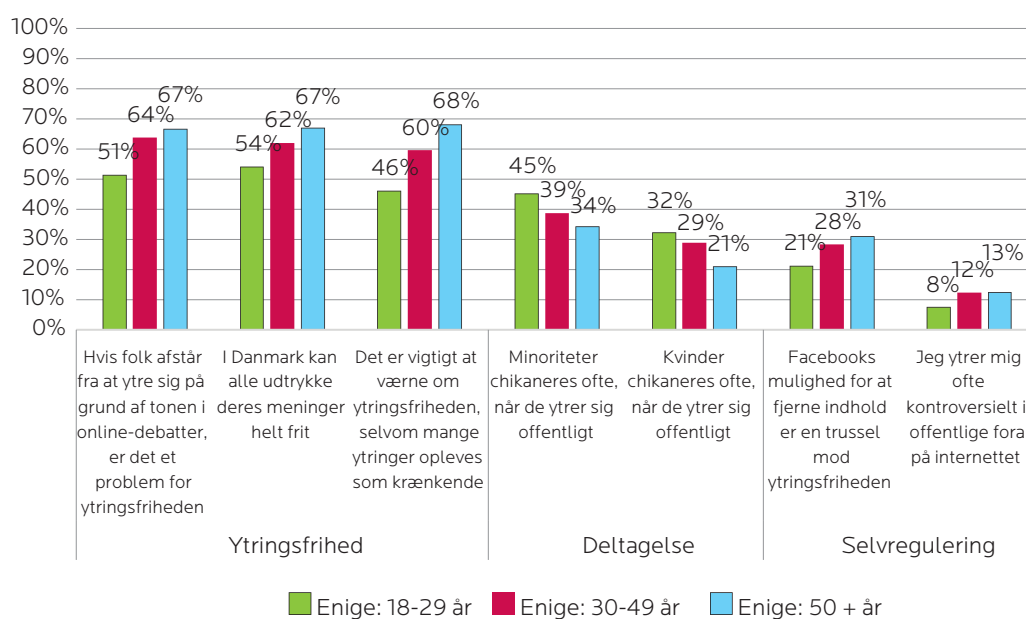
Der er stor forskel på, hvordan de forskellige aldersgrupper forholder sig til udsagnene. Overordnet set mener de unge i højere grad, at minoriteter og kvinder udsættes for chikane, når de ytrer sig offentligt. Der er særlig stor forskel i besvarelsen af udsagnet mellem de 18-29-årige og de 50+-årige. Samtidig er der færre unge, der er enige i, at det er et problem for ytringsfriheden, hvis folk afstår fra at ytre sig, hvilket kan tyde på, at de ikke nødvendigvis kobler de to ting sammen.

Halvdelen af de unge mener, at alle kan udtrykke deres meninger helt frit i Danmark, og ligeledes mener godt halvdelen (46 pct.), at det er vigtigt at værne om ytringsfriheden, selvom mange ytringer kan opleves som krænkende. Det er mindre end de 50+-årige, hvor hele 68 pct. mener, at det er vigtigt at værne om ytringsfriheden. På den anden side mener et stort flertal af de 50+-årige, at det er et problem for ytringsfriheden, hvis folk afstår fra at ytre sig i online-debatter på grund af tonen.

Tallene viser således en markant forskel i unge og ældres holdninger til ytringsfrihed på sociale medier. De unge lader til at bekymre sig om krænkelse af personer på sociale medier, mens ældre bekymrer sig om ytringsfriheden og det at kunne udtrykke sig frit. Der er altså forskellige bekymringer at spore på tværs af generationerne, hvilket påvirker deres holdninger og debatadfærd.

FIGUR 10: 2.305 respondenter. Spm. 29: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?" Fordelt på alder.

Enig i udsagn, alder



3.2 BRUGERNES HOLDNINGER TIL NEDSÆTTENDE OG KRÆNKENDE KOMMENTARER PÅ SOCIALE MEDIER

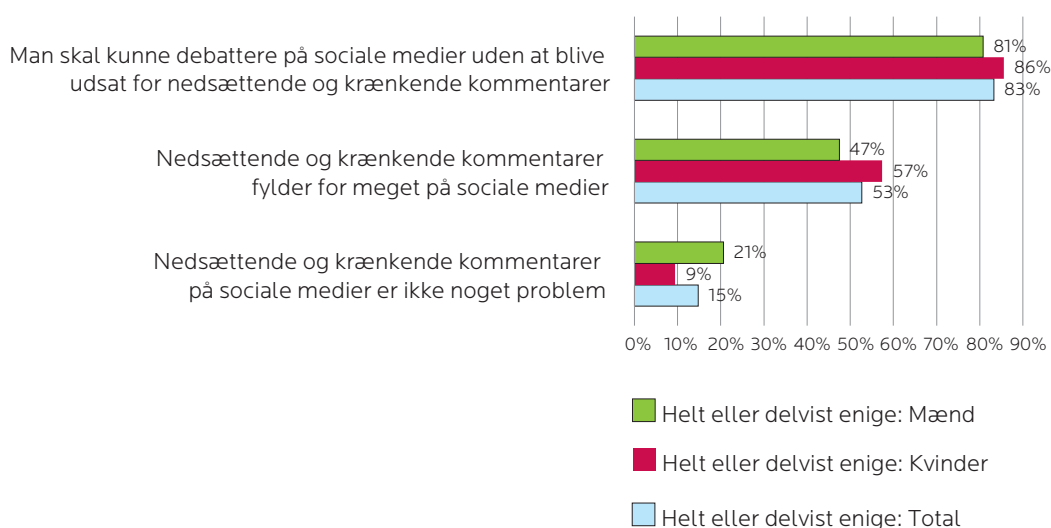
Sociale medier udgør i dag en væsentlig infrastruktur for den offentlige debat og sociale medier har styrket informations- og ytringsfriheden. Den lette adgang til at ytre sig medfører imidlertid også, at brugerne let kan fremsætte ulovlige ytringer, som blandt andet viser sig i form af diskrimination, chikane og trusler mod dem, der ytrer sig i den offentlige debat.

Lidt over halvdelen af respondenterne mener, at nedsættende og krænkende kommentarer fylder for meget på sociale medier. Der er signifikant flere kvinder end mænd, der er enige i dette udsagn.

Under en femtedel mener, at nedsættende og krænkende kommentarer på sociale medier ikke er et problem. Her er det flere mænd (21 pct.) end kvinder (9 pct.), som mener dette.

FIGUR 11: 2.305 respondenter. Spm. 28: Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Fordelt på køn.

Enige i udsagn, alle

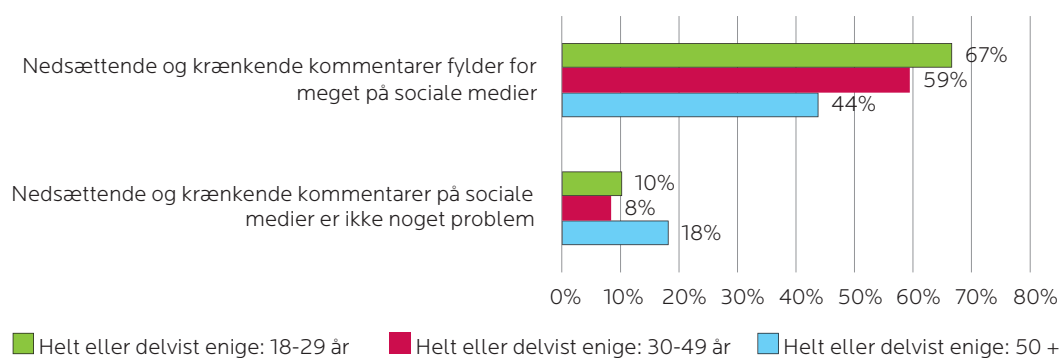


Ser vi på de forskellige aldersgruppers holdninger, så er der især forskel mellem den yngste og ældste aldersgruppes besvarelser (figur 12). Størstedelen (67 pct.) af de 18-29-årige mener, at nedsættende og krænkende kommentarer fylder for meget på sociale medier, hvorimod det er 44 pct. af de 50+-årige, der deler dette synspunkt. Der er således stor forskel på de unges tærskel for at tolerere ytringer, der rammer individer eller grupper sammenlignet med de øvrige aldersgrupper, hvilket også ses ved, at næsten dobbelt så mange af de 50+-årige sammenlignet med de 18-29-årige ikke ser nedsættende og krænkende kommentarer som et

problem. Den ældste aldersgruppe lader således til at acceptere den hårde tone, som et forhold, der gør sig gældende på sociale medier, og som ikke nødvendigvis er et problem, og som derfor heller ikke har indflydelse på hverken debataktivitet eller generel adfærd (mere herom i afsnit 4). En anden forklaring kan også være, at unge er mere opmærksomme på verbale udfald mod individer i deres brug af Facebook.

FIGUR 12: 2.305 respondenter. Spm. 28: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?" Fordelt på alder.

Enig i udsagn, fordelt på alder



KAPITEL 4

FACEBOOK SOM PLATFORM FOR INFORMATION OG OFFENTLIG DEBAT

Den offentlige debat er i hastig forandring på grund af de sociale medier, og den offentlige debat er i stigende grad rykket over på de sociale medier ført an af etablerede medier såvel som politikere, meningsdannere og privatpersoner.

I Facebooks tilfælde har det sociale medie vokset sig til mere end blot et globalt socialt fællesskab, der kan forbinde folk på tværs af kloden. Facebook har givet borgerne mulighed for at komme til orde uden om en redaktør og er i dag en central platform, der anvendes som forum for debat og formidling af nyheder.

Kulturministeriets public service-rapport fra 2016 viser blandt andet, at for især den yngre del af befolkningen er sociale medier en af de primære kilder til information. De sociale medier spiller dermed en central rolle som leverandør af nyheder.²¹ DR Medieforskning peger på samme tendens og dokumenterer, at 65 pct. af de 15-29-årige i 2017 dagligt fik nyheder via sociale medier.²² I Medieudviklingen 2018 nævner 41 pct. af de 15-24-årige, at sociale medier er det nyhedsmedie, de vil have sværest ved at undvære.²³

Den årlige Digital News Report 2018 fra Reuters Institute viser, at 34 pct. af danskerne modtager nyheder via Facebook, som dermed er det foretrukne sociale medie at få nyheder fra.²⁴ Ikke alene viser tallene, at Facebook er en foretrukket kilde til nyheder, men de tydeliggør også Facebooks position som det mest anvendte sociale medie i Danmark, hvilket er i tråd med public service-rapporten²⁵ og som ligeledes bekræftes i Medieudviklingen 2018, hvor 63 pct. benytter Facebook dagligt.²⁶

De foregående spørgsmål kredsede om sociale medier generelt, hvorimod de øvrige spørgsmål og besvarelser zoomer ind på Facebook som platform for debat. Fokus på Facebook skyldes som nævnt, at Facebook er det mest anvendte sociale medie i Danmark.

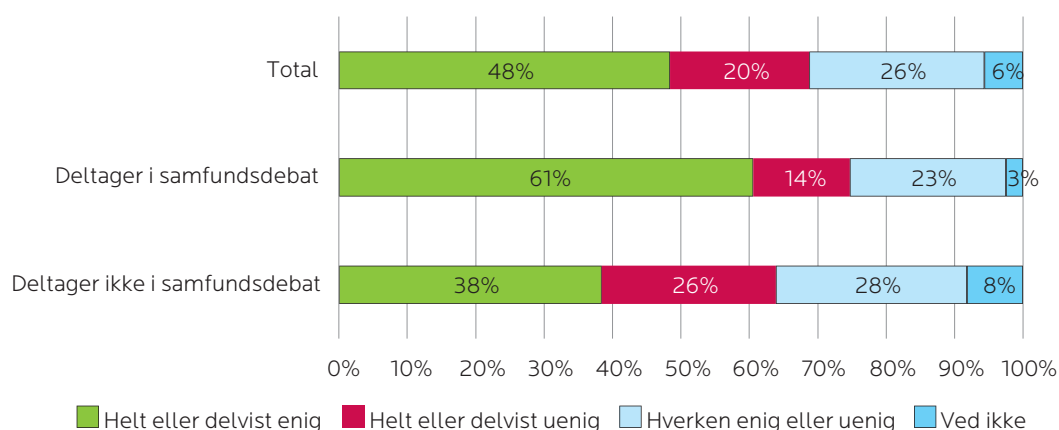
4.1 BRUGERNES HOLDNINGER TIL FACEBOOK SOM PLATFORM FOR OFFENTLIG DEBAT

Besvarelserne viser, at knap halvdelen er enige i, at Facebook er en vigtig platform for den offentlige debat. De, der deltager i samfundsdebatter, opfatter - måske ikke overraskende - Facebook som en vigtigere platform for den offentlige debat sammenlignet med gruppen, der ikke deltager i samfundsdebatter. Flertallet (61

pct.) af dem, der deltager i samfundsdebatter på Facebook, anser Facebook for at spille en væsentlig rolle som debatplatform, hvilket viser, at Facebook i dag har etableret sig som en vigtig diskussionsplatform, hvor den offentlige debat udfolder sig.

FIGUR 13: 2.305 respondenter. Spm. 16: "Facebook er en vigtig platform for den offentlige debat."

Enig i at Facebook er en vigtig platform for den offentlige debat



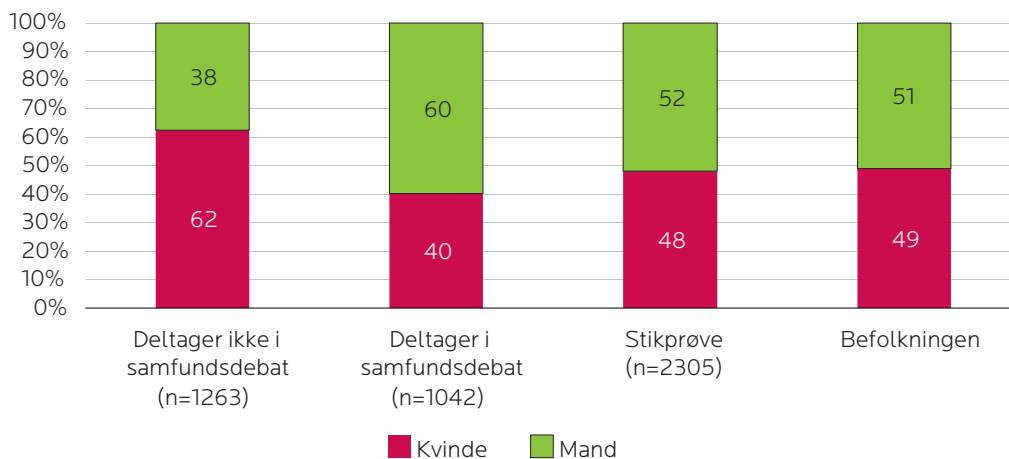
4.2 HVEM DER DEBATTERER PÅ FACEBOOK

Eftersom en del af den offentlige debat i dag foregår på sociale medier, er det relevant at se nærmere på det mest benyttede sociale medie og undersøge, hvem der deltager, når debatten rykker over på denne platform, hvor ordet gives frit. Hvor demokratisk og repræsentativ er den offentlige debat på Facebook egentlig? Det ser vi nærmere på i det følgende.

45 pct. (n 1.042) af den samlede stikprøve har svaret, at de debatterer samfundsrelaterede emner. Af disse udgør 40 pct. kvinder og 60 pct. mænd. Kønsfordelingen blandt de, der ikke deltager i samfundsdebatter er 62 pct. kvinder og 38 pct. mænd. Der er altså en overrepræsentation af mænd og en underrepræsentation af kvinder blandt de, der deltager i samfundsdebatter.

FIGUR 14: 2.305 respondenter. Kønsfordelingen blandt respondenterne og i befolkningen.

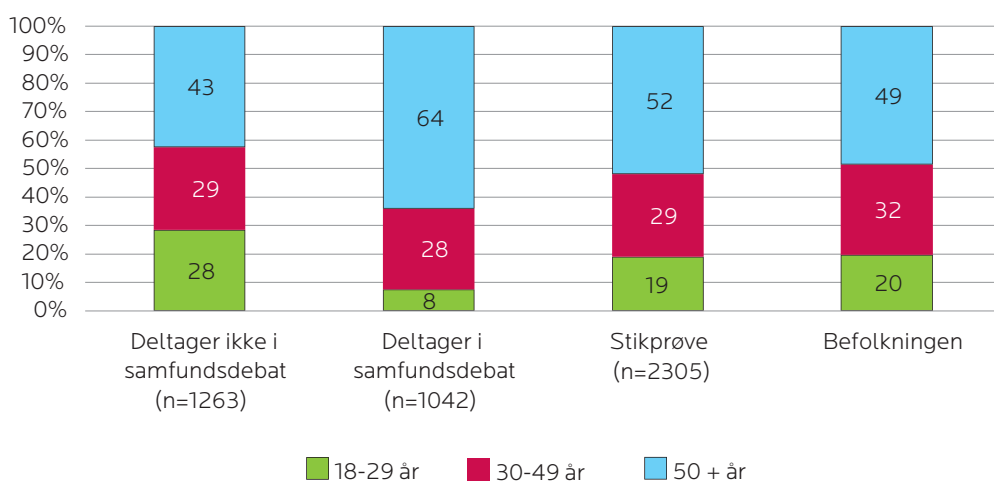
Kønsfordeling – stikprøve kontra befolkning



Ser vi på alderen for dem, der tilkendegiver, at de deltager i samfundsdebatter, så er denne gruppe domineret af de 50+-årige, hvilket ses ved, at 64 pct. af dem, der deltager i samfundsdebatter på Facebook udgøres af 50+-årige. De 18-29-årige udgør blot 8 pct. af de aktive i de samfundsrelaterede debatter. Til sammenligning udgør den yngste aldersgruppe 28 pct. af den gruppe, som ikke deltager i samfundsdebatter (se figur 15). Disse tal viser med al tydelighed, at de unge udgør en meget lille andel af dem, der deltager i samfunds- og politiske debatter på Facebook.

FIGUR 15: 2.305 respondenter. Aldersfordeling blandt respondenterne og i befolkningen.

Alder – stikprøve kontra befolkningen

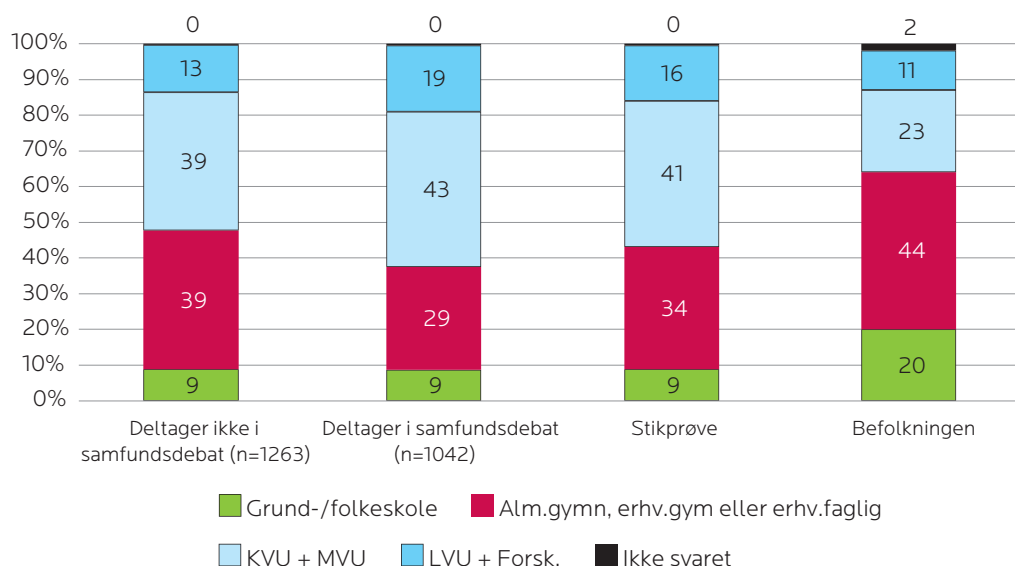


Generelt er de, der deltager i debatter om samfundsrelaterede emner i denne undersøgelse ganske veluddannede. Det skyldes dels en lille skævhed i stikprøven, hvor især folk med videregående uddannelser er overrepræsenteret. Dels skyldes det, at der simpelthen er lidt flere personer med videregående uddannelser, der debatterer samfundsrelaterede emner på Facebook.

Så jo højere uddannelse, jo højere deltagelse i samfunds- og politiske debatter på Facebook. Dermed ser uddannelsesniveauet ud til at have en betydning for, hvorvidt man overhovedet deltager i samfundsdebatter (se også figur 18).

FIGUR 16: 2.305 respondenter. Uddannelsesniveau blandt respondenterne og i befolkningen.

Uddannelsesniveau - stikprøve kontra befolkningen

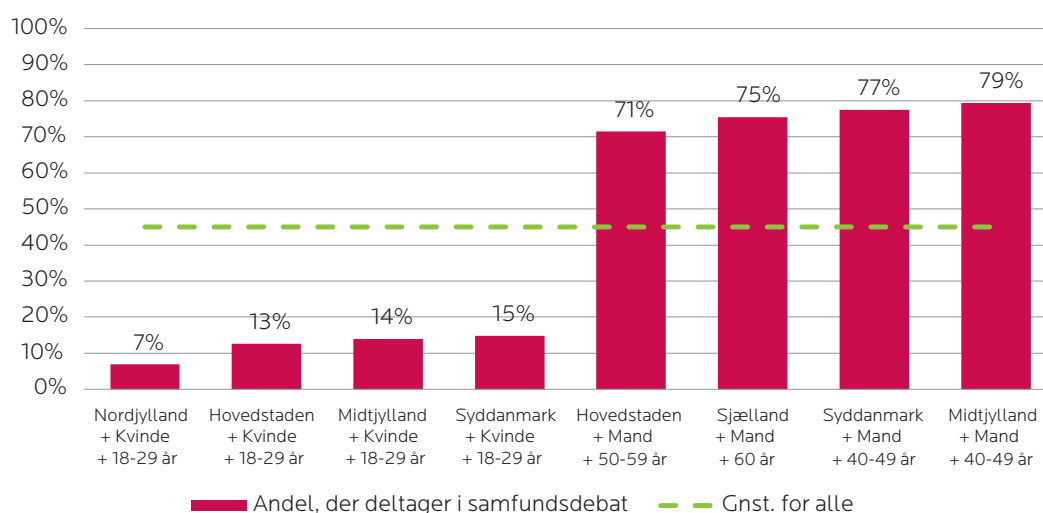


Figur 17 viser den samlede demografiske profil på dem, der deltager i samfundsdebatter. Tallene illustrerer således andelen af dem, der deltager aktivt i samfundsdebatter på Facebook. Det vil sige, at ud af kvinder mellem 18-29 år, der er bosat i Nordjylland, er det blot 7 pct., der aktivt deltager i samfundsdebatter på Facebook. Det står i stærk kontrast til den mest deltagende demografiske profil: De midtjyske mænd i alderen 40-49 år, hvoraf hele 79 pct. deltager aktivt.

Det generelle billede viser tydeligt, at de der debatterer mindst er unge kvinder mellem 18-29 år i hele landet, mens de der debatterer mest, er mænd over 40 år. Samfundsdebatten på Facebook er således meget lidt repræsentativ set i forhold til både alder og køn.

FIGUR 17: 2.305 respondenter. Demografisk profil af de, der deltager i debatter om samfundsrelaterede emner og som debatterer henholdsvis mindst og mest set i forhold til gennemsnittet for den totale stikprøve.

Andele, der er aktive i samfundsdebatten fordelt på demografisk profil



Hvor vi i figur 17 ser på forskellige demografiske grupper og samspillet mellem geografi, køn og alder, så viser figur 18 betydningen af de enkelte demografiske faktorer (køn, alder, uddannelse mm.), når der er taget højde for de øvrige faktorer. Hvad er eksempelvis den gennemsnitlige sandsynlighed for, at en kvinde med en Facebook-profil deltager i samfundsdebatter på Facebook, når man ser bort fra hendes alder, uddannelse, bopæl etc.? Denne model hjælper os til at se, om der er en skævhed i deltagelsen i samfundsdebatten på baggrund af køn, uddannelse, geografi og alder.

Figur 18 viser på linje med figur 17, at mænd langt hyppigere deltager i samfundsdebatter på Facebook. Figuren viser en sandsynlighed på 54 pct. for, at mænd debatterer samfundsrelaterede emner, hvorimod sandsynligheden for, at kvinder deltager i samfundsdebatter er 35 pct.

Det er langt mere sandsynligt, at personer med længere videregående uddannelser og personer fra Sjælland debatterer, end de øvrige Facebook-brugere, ligesom folk fra 40 år og op er mere debatlystne end de yngre aldersgrupper.

FIGUR 18: 2.305 respondenter. Den forventede sandsynlighed for at debattere samfundsemner på Facebook for de givne kategorier. For hver faktor er der kontrolleret for betydningen af de øvrige kategorier. Baseret på logistisk regressionsmodel.

Forventede sandsynlighed for at debattere samfundsemner på Facebook

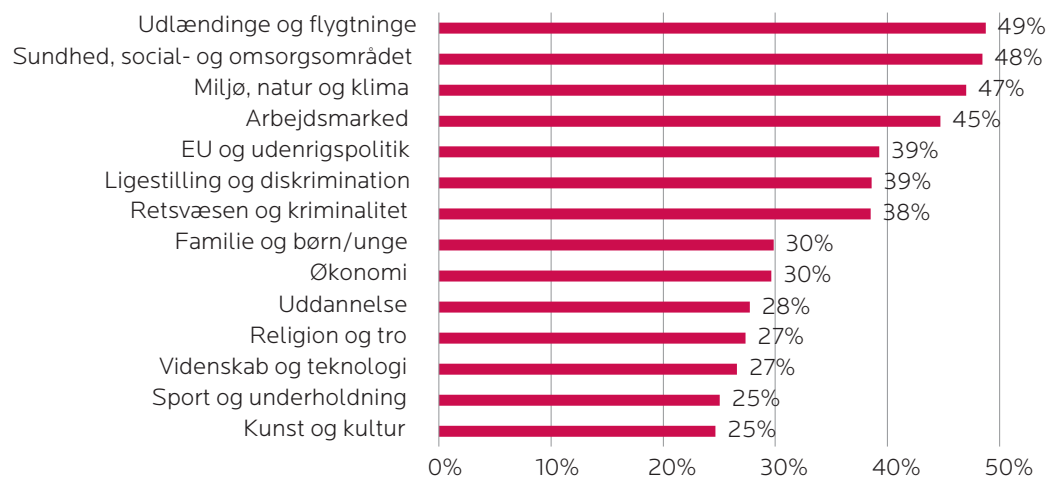


4.3 EMNER DER DEBATTERES

Figuren nedenfor (figur 19) viser hvilke emner, der debatteres på Facebook blandt de brugere, der tilkendegiver, at de deltager i samfundsdebatter. Udlændinge og flygtninge ligger i top efterfulgt af sundheds-, social- og omsorgsområdet samt miljø, natur og klima. Samtidig er udlændinge og flygtninge sammen med religion og tro de emner, som folk oftest afholder sig fra at debattere. Der henvises til figur 27.

FIGUR 19: 1.042 respondenter. Spm. 3: "Hvilke samfundsdebat-emner kommenterer du på Facebook? Du kan markere flere svar."

Samfundsemner der kommenteres på



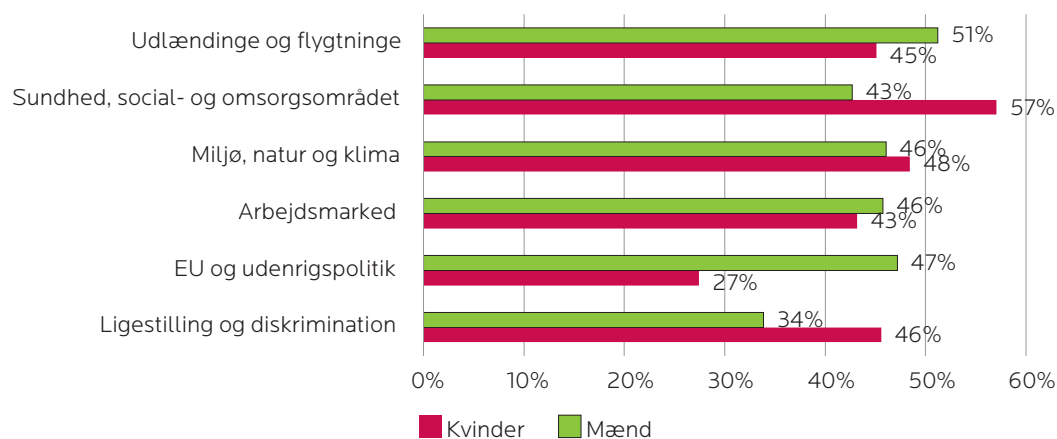
Figur 20 viser de seks mest debatterede emner blandt mænd og kvinder, der angiver, at de deltager i samfundsdebatter. Der er markant flere kvinder, der kommenterer på emner inden for sundheds-, social- og omsorgsområdet og ligestilling og diskrimination, hvorimod mænd i højere grad kommenterer på emner som EU og udenrigspolitik. En anelse flere mænd kommenterer på debatter om udlændinge og flygtninge.

At nogle emner (såkaldte 'trigger'-emner) kan give anledning til en særligt ophedet debat, er tidligere blevet påvist i instituttets rapport om hadefulde ytringer i den offentlige debat online fra 2017.²⁷ Undersøgelsen viste, at emner som religion og flygtninge fungerer som tændsats til en hadefuld debat i kommentarsporene på de undersøgte nyhedsmediers Facebook-sider.

En gennemgang af politiske partiers opslag på Facebook gennem et år, foretaget af branchemediet medietrends.dk viser ligeledes, at opslag, som handler om udlændings spørgsmål, har en eksplosiv effekt og afføder både positive og negative reaktioner på Facebook. De har derfor lettere ved at gå 'viralt'.²⁸

FIGUR 20: 1.042 respondenter. Spm. 3: "Hvilke samfundsdebat-emner kommenterer du på Facebook? Du kan markere flere svar." De seks mest debatterede emner.

De seks mest debatterede emner



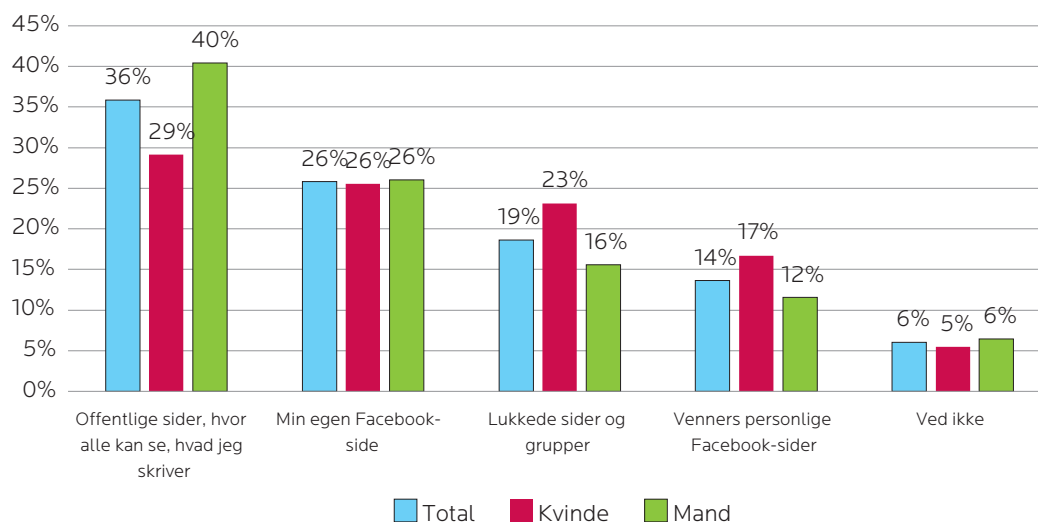
4.4 HVOR DEBATTEN FINDER STED

Figurerne 21-23 beskriver hvilke typer sider på Facebook, respondenterne oftest giver deres mening til kende på. Det vil sige, om de foretrækker at tilkendegive deres mening på offentligt tilgængelige sider eller lukkede sider og fora, eller om de foretrækker egen Facebook-side eller venners Facebook-side. Besvarelserne kan fortælle os noget om mænds, kvinders og de forskellige aldersgruppers debatadfærd på Facebook.

36 pct. af de adspurgte, som tilkendegiver, at de er aktive i samfundsdebatten angiver, at de oftest indgår i debatter på offentlige sider. Her er der en tydelig kønsforskel, som viser sig ved, at langt flere mænd end kvinder debatterer på offentlige sider. Godt en fjerdedel skriver oftest kommentarer på deres egen Facebook-side, og hver femte skriver oftest kommentarer på lukkede sider og grupper. Det er tilfældet for flere kvinder end mænd.

FIGUR 21: 1.042 respondenter Sp. 6: "Når du kommenterer på Facebook, er det så oftest på..." Total og fordelt på køn.

Hvor der debatteres, fordelt på køn



Brugerne kommenterer primært på en ven eller bekendts personlige Facebook-side (24 pct.) eller en lukket gruppes Facebook-side (23 pct.), hvis de ser bort fra deres egen Facebook-side (figur 22). Flere kvinder end mænd foretrækker at kommentere i en lukket gruppe.

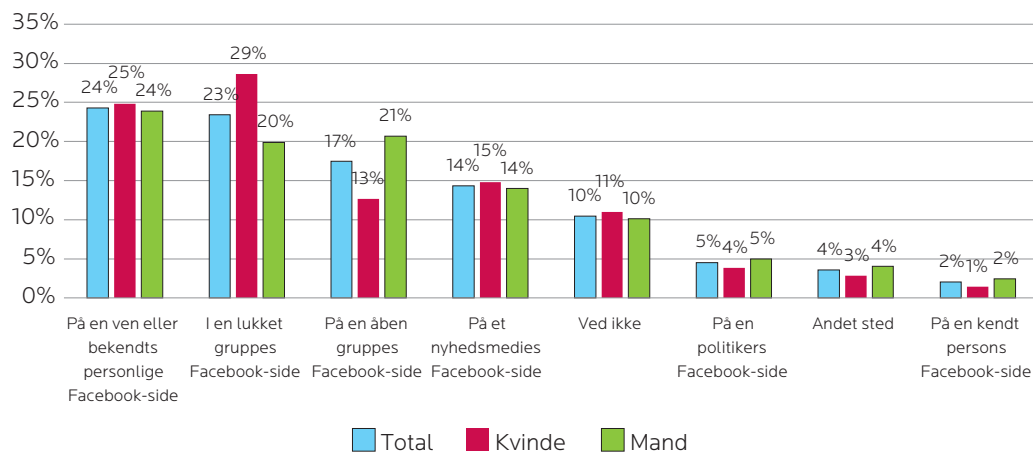
Godt hver sjette kommenterer oftest på en åben gruppes Facebook-side. Flere mænd end kvinder angiver, at de oftest skriver kommentarer på åbne grupper Facebook-sider, hvilket forrige spørgsmål også viste. Det tyder på, at mens mænd gerne står offentligt frem med deres holdninger, er kvinder mere tilbageholdende og foretrækker lukkede grupper og venners Facebook-sider, når de skal give deres mening til kende.

Dette billede bekræftes af en norsk undersøgelse, som konkluderer, at kvinder generelt foretrækker at debattere med personer, de kender godt, og at de er mindre aktive i mere offentlige arenaer. Den norske undersøgelse viser også, at kvinder i større grad end mænd betragter de politiske diskussioner på Facebook som privat kommunikation, mens mænd i højere grad anser disse diskussioner som offentlige.²⁹

14 pct. af respondenterne kommenterer på et nyhedsmedies Facebook-side, heraf lige mange mænd og kvinder, mens blot 5 pct. kommenterer på en politikers Facebook-side og alene 2 pct. kommenterer på en kendt persons Facebook-side.

FIGUR 22: 1.042 respondenter. Spm. 7: "Hvor kommenterer du oftest på Facebook, som ikke er på din egen Facebook-side?" Total og fordelt på køn.

Facebook-sider der oftest kommenteres på, som ikke er ens egen

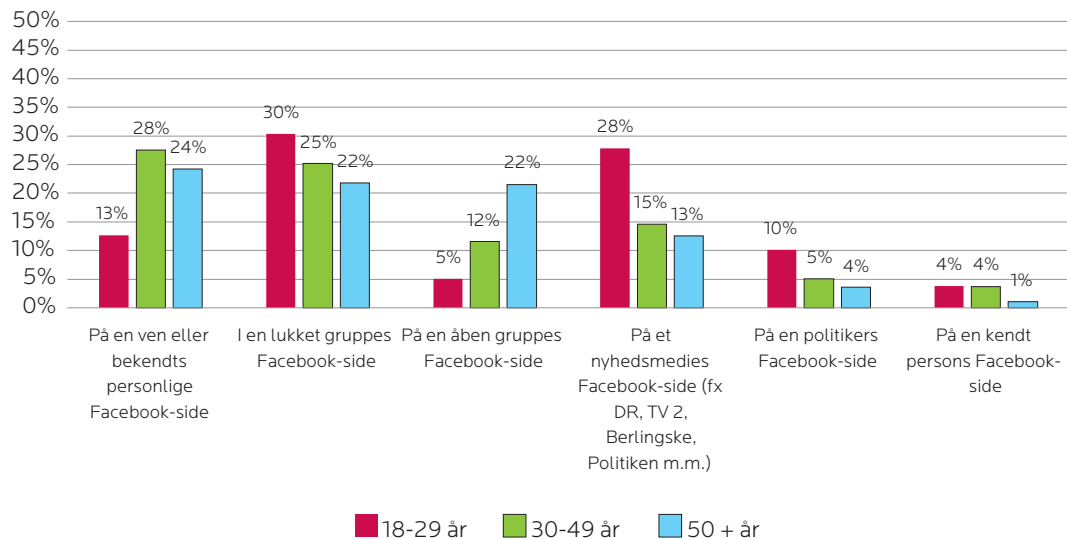


Ser man på aldersfordelingen (figur 23), så er det interessant nok den yngste aldersgruppe (18-29 år), der oftest debatterer på et nyhedsmedies Facebook-side. Det kan ses i lyset af, at det også er den gruppe, der oftest bruger sociale medier som nyhedskilde,³⁰ og på den måde adskiller de unge og ældres brug af sociale medier - og i dette tilfælde Facebook - sig væsentligt fra hinanden. Besvarelserne tegner således et billede af, at på trods af, at de unge er stærkt underrepræsenterede i samfundsdebatter på Facebook generelt, så er de oftere tilstede i debatter på nyhedsmediers Facebook-sider, når først de deltager, sammenlignet med de øvrige aldersgrupper. Tallene fortæller også, at de 18-29-årige er den aldersgruppe, som oftest debatterer på en politikers Facebook-profil. Det må alt andet lige ses som en positiv tendens, at de unge er så markant tilstede i de samfundsrelaterede og politiske debatter, når først de deltager.

De 30-49-årige samt 50+-årige er mest aktive på en Facebook-vens side eller i en lukket gruppes Facebook-side. De 50+-årige er den aldersgruppe, der oftest kommenterer på åbne grupperes Facebook-sider. Det kan antyde, at "privatsfæren" betyder mindre for dem, og derfor tillægger de det ikke særlig betydning, om de ytrer sig i et offentligt tilgængeligt rum, hvor alle kan læse med.

FIGUR 23: 1.042 respondenter. Spm. 7: "Hvor kommenterer du oftest på Facebook, som ikke er på din egen Facebook-side?" Fordelt på alder.

Alder og hvor man kommenterer



KAPITEL 5

HVORDAN OPLEVES DEBATTERNE PÅ FACEBOOK?

Debatten om tonen på sociale medier har bølget frem og tilbage i flere år, og adskillelige undersøgelser har efterhånden vist, at den hårde tone har konsekvenser for både demokratisk deltagelse i den offentlige debat samt for dem, der oplever at blive udsat for eksempelvis chikane og trusler.³¹

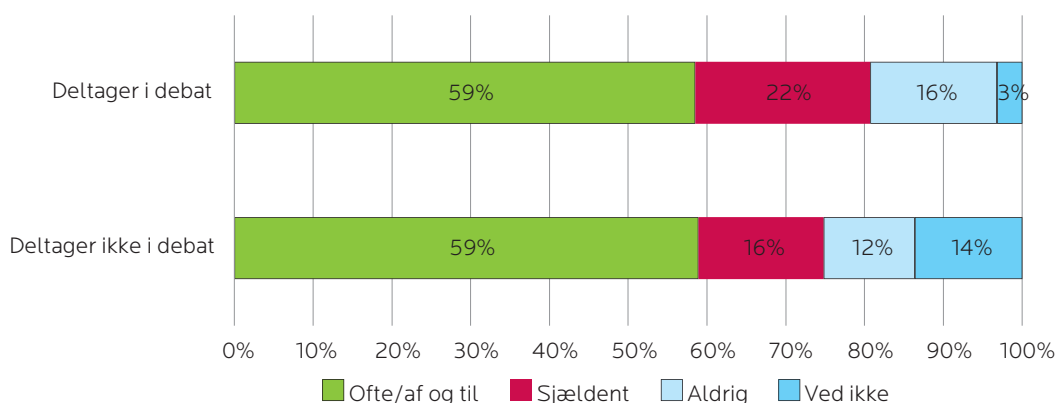
I det følgende ser vi nærmere på, hvilken betydning tonen og det at blive udsat for nedsættende og krænkende kommentarer har for lysten til at tage del i samfundsdebatter på Facebook.

5.1 TONEN HAR EN AFSKRÆKKENDE EFFEKT

Godt 59 pct. af alle de adspurgte Facebook-brugere svarer, at de afholder sig fra at give deres mening til kende i debatter på Facebook (figur 24) på grund af tonen. Det er interessant, at andelen er lige stor blandt dem, der ellers bruger Facebook til at deltage i samfundsdebatter, som blandt dem, der undlader at bruge Facebook til samfundsdebatter.

FIGUR 24: 2.305 respondenter. Spm. 15: "Hvor ofte oplever du følgende på Facebook? Jeg afholder mig fra at skrive kommentarer i en debat på Facebook på grund af tonen". Fordelt på de der deltager i samfundsdebatter og de der ikke deltager i samfundsdebatter.

Jeg afholder mig fra at skrive kommentarer i en debat på Facebook på grund af tonen

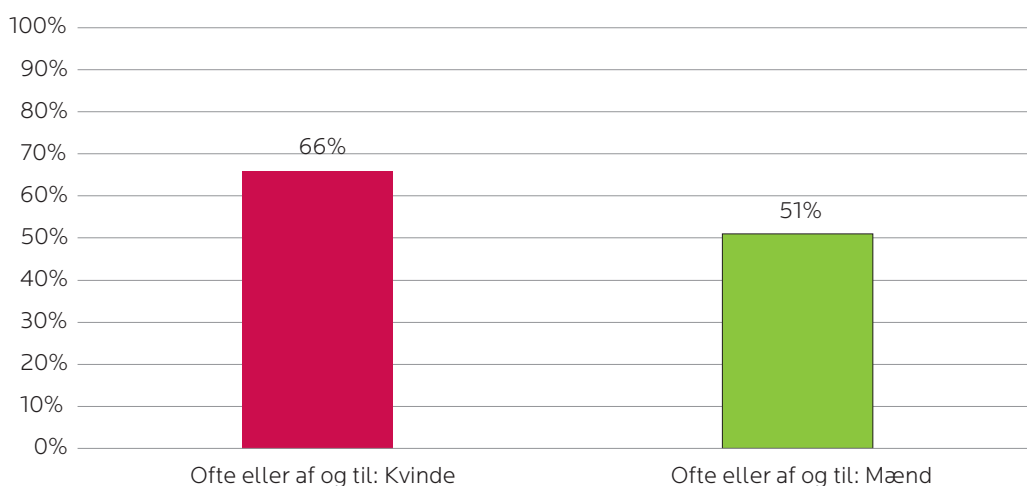


Kvinder holder sig i langt højere grad tilbage på grund af tonen end mænd gør (figur 25), hvilket er en tendens, der ses generelt i denne undersøgelse.

Tonen har betydning for, om respondenterne holder sig fra at deltage i en debat, uanset om de tilkendegiver at deltage i samfundsdebatter eller ej. Både mænd og kvinder lader sig påvirke af tonen i et eller andet omfang.

FIGUR 25: 1.042 respondenter. Spm. 15: "Hvor ofte oplever du følgende på Facebook? Jeg afholder mig fra at skrive kommentarer i en debat på Facebook på grund af tonen". Fordelt på køn.

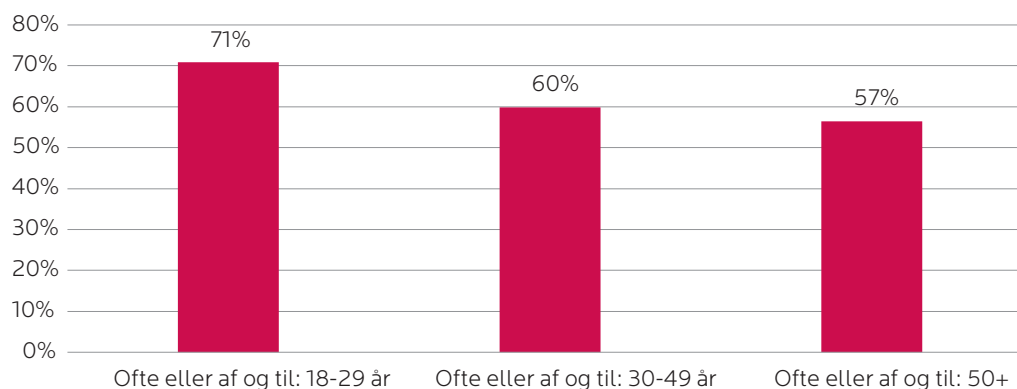
Jeg afholder mig fra at skrive kommentarer i en debat på Facebook på grund af tonen



Det er desuden den yngste aldersgruppe, de 18-29-årige, som oftest trækker sig fra debatten på grund af tonen, hvilket kan ses i figur 26. Det svarer til, at godt syv ud af ti i denne aldersgruppe afholder sig fra at tilkendegive deres holdning på Facebook på grund af tonen. Blandt de øvrige aldersgrupper er det også udbredt at afholde sig fra at skrive kommentarer på grund af tonen. Det gør cirka seks ud af ti.

FIGUR 26: 1.042 respondenter. Spm.15: "Hvor ofte oplever du følgende på Facebook? Jeg afholder mig fra at skrive kommentarer i en debat på Facebook på grund af tonen". Fordelt på alder.

Jeg afholder mig fra at skrive kommentarer i en debat på Facebook på grund af tonen



Tallene illustrerer, at tonen, som debatten foregår i, har en direkte sammenhæng med det at ville ytre sig i debatter på Facebook og lysten til at engagere sig. Tallene kan ikke sige noget om, hvorvidt de grupper, der trækker sig, rykker hen på andre platforme for at debattere, eller om de helt udebliver fra den demokratiske samtale.

Det forhold, at debattonen har en afskrækkende effekt på folks deltagelse og engagement i debatten betegnes også undertiden som "chilling effekten".

Det amerikanske Pew Research Center dokumenterer blandt andet chilling effekten i deres undersøgelse om online chikane fra 2017. Her fremgår det, at dét at se chikane mod andre online, afholder respondenterne fra at give deres mening til kende på sociale medier.³²

En undersøgelse om ytringsfrihed i Norge viser ligeledes, at det at have oplevet ubehagelige eller nedladende kommentarer i en debat på sociale medier kan føre til, at folk trækker sig. I undersøgelsen gælder dette særligt for etniske minoriteter.³³

Ifølge en analyse foretaget af Kraka kan tonen i debatten være en indikation på, hvordan sammenhængskraften er i et samfund. En hård tone indikerer lav sammenhængskraft, og det at tonen afholder befolkningsgrupper fra at deltage i den offentlige debat kan reducere sammenhængskraften i Danmark på sigt.³⁴

Tonen er således en væsentlig forklaring, hvis man vil forstå, hvorfor der er nogle grupper, der vælger at trække sig fra den offentlige debat på Facebook.

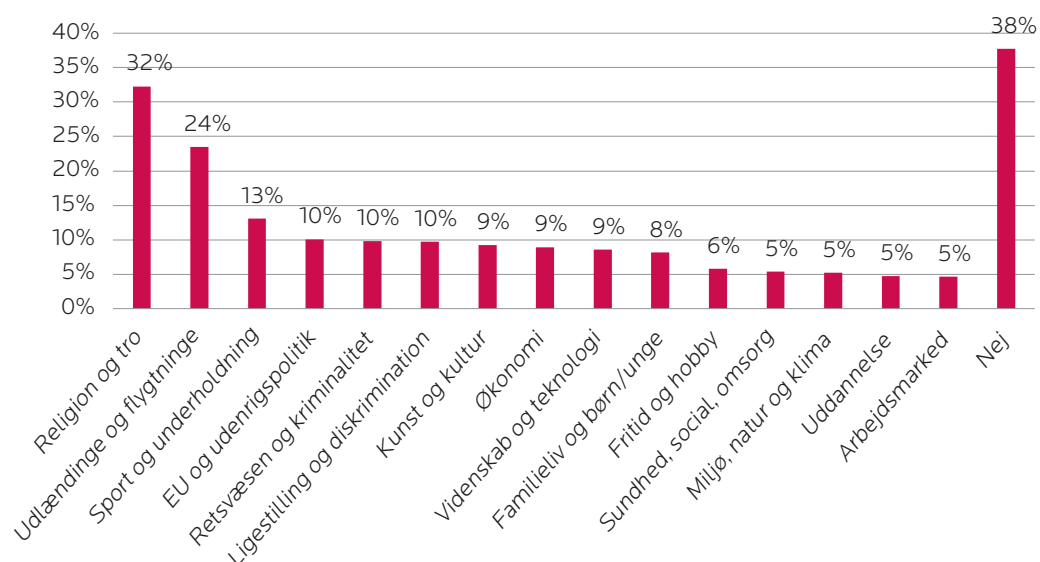
5.2 EMNER FOLK HOLDER SIG FRA AT DEBATTERE

Religion/tro og udlændinge/flygtninge er de emner, som flest afholder sig fra at debattere blandt dem, der deltager i samfundsdebatter. For begge emner er kvinders tilbageholdenhed markant højere end mændenes.

Samtidigt angiver 38 pct., at der er ikke er nogle af de angivne emner, som afholder dem fra at debattere. En større andel af mænd (43 pct.) svarer dette end kvinder (31 pct.), hvilket tyder på, at kvinder i væsentlig større grad lægger bånd på sig selv og afstår fra at tage del i debatter, hvilket også ses ved, at kvinder oftere afholder sig fra at debattere på grund af tonen (vist i figur 25).

FIGUR 27: 1.042 respondenter. Spm. 13. "Er der nogle af følgende emner, som du holder dig fra at kommentere på Facebook? Du kan markere flere svar."

Emner folk holder sig fra at debattere



5.3 ÅRSAGER TIL AT HOLDE SIG FRA AT DEBATTERE

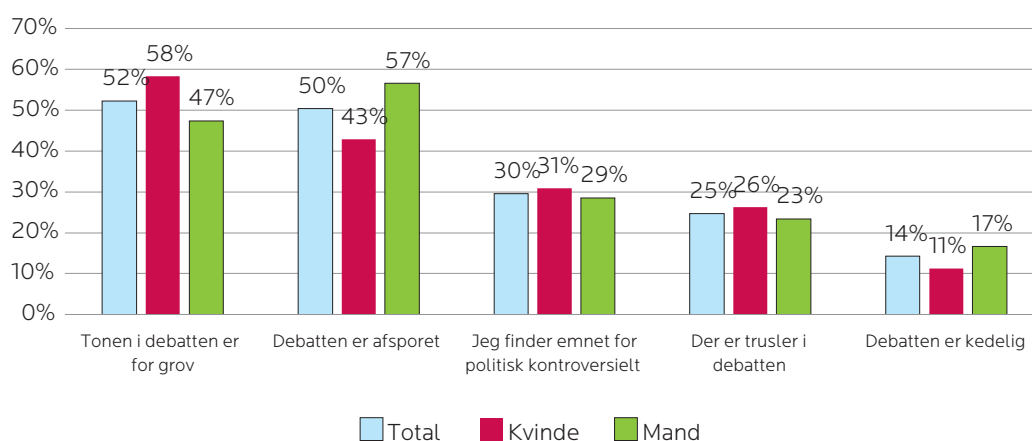
Blandt dem, der angiver, at der er emner, som de afholder sig fra at kommentere (n 595), er den hyppigste årsag hertil, at tonen i debatten er for grov. Det gælder for 58 pct. af kvinderne og 47 pct. af mændene.

Som årsag til at afholde sig fra at skrive en kommentar i en debat på Facebook angiver halvdelen, at debatten er afsporet. Det gælder for 57 pct. af mændenes vedkommende og for 43 pct. af kvinderne. Blandt de 40-60+-årige rapporterer lidt over halvdelen, at debatten er for afsporet som årsag, mens kun en tredjedel af den yngre målgruppe mener dette.

30 pct. af respondenterne afholder sig fra at debattere, hvis emnet er for politisk kontroversielt. Tilkendegivelse af politisk holdning angives ligeledes som hyppigste årsag til at modtage nedsættende/krænkende kommentarer (se mere i figur 40). En fjerdedel holder sig tilbage på grund af trusler i debatten, hvilket må siges at være en relativ stor andel, som oplever, at der bliver fremsat trusler i kommentarsporene.

FIGUR 28: 595 respondenter. Spm. 14: "Hvad vil den typiske årsag være til, at du afholder dig fra at skrive en kommentar i en debat på Facebook? Du kan markere op til 3 svar."

Årsag til at afholde sig fra at deltage i en debat



5.4 OPLEVELSE AF DEBATKLIMAET

56 pct. af dem, der deltager i samfundsdebatter, mener, at debattonen på Facebook er blevet hårdere i løbet af det seneste år. Kun 10 pct. er uenige i dette.

Alligevel vurderer 42 pct., at debattonen på Facebook generelt er god. På den ene side konstaterer respondenterne altså, at tonen er blevet hårdere, men på samme tid accepteres den hårde tone også til en vis grad som et vilkår for debatten på Facebook.

TABEL 1: 1.042 respondenter. Alle respondenteres besvarelser fordelt på, hvor enige de er i de to udsagn: "Debattonen på Facebook er i løbet af det seneste år blevet hårdere" og "Generelt er debattonen på Facebook god".

Debattonen på Facebook er i løbet af det seneste år blevet hårdere	Generelt er debattonen på Facebook god				Total
	Uenig	Hverken eller	Enig	Ved ikke	
Uenig	1%	2%	7%	0%	10%
Hverken eller	3%	9%	11%	0%	23%
Enig	20%	16%	20%	0%	56%
Ved ikke	1%	2%	5%	2%	11%
Total	26%	29%	42%	3%	100%

5.5 ÆNDRING I EGEN ADFÆRD

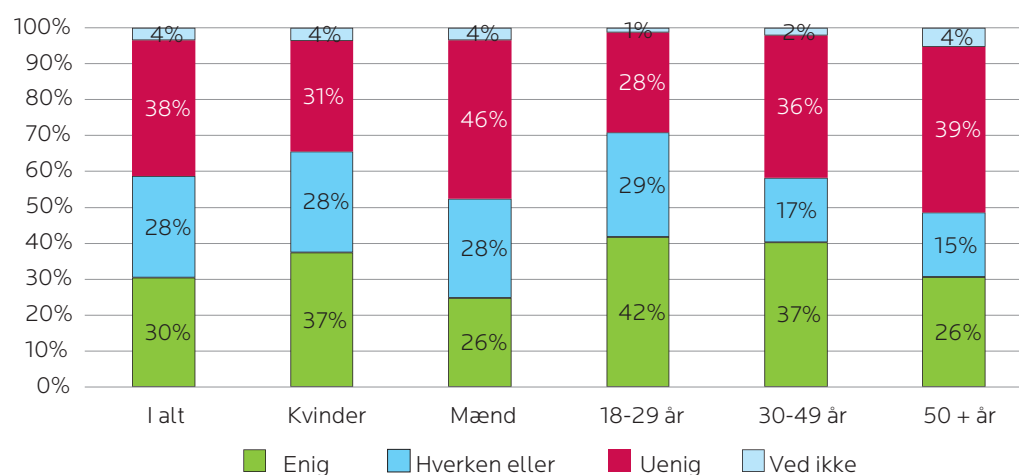
Figur 29 viser kvinder, mænd og de forskellige aldersgruppers besvarelse af spørgsmålet om, hvorvidt de har debatteret mindre på grund af tonen i løbet af det seneste år.

En tredjedel er helt enige eller delvist enige i, at de har debatteret mindre på Facebook i løbet af det seneste år på grund af tonen. Kvinder angiver i langt højere grad, at de har ændret debatadfærd inden for det seneste år. Tonen påvirker således den enkeltes engagement i debatten, og for kvinder gør det sig i særlig grad gældende ved, at de bliver mere forsigtige med at ytre sig.

De 18-29-årige har i høj grad ændret deres debatadfærd på grund af den hårde tone ved at debattere mindre i løbet af det seneste år. Det gør sig gældende for næsten halvdelen i denne aldersgruppe, hvorimod det kun er tilfældet for en ud af fire blandt de 50+-årige.

FIGUR 29: 1.042 respondenter. Spm. 16: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Jeg har i løbet af det seneste år debatteret mindre på Facebook på grund af den hårde tone". Fordelt på køn og alder.

Ændring i debatadfærd, fordelt på køn og alder



Sammenholdt med at vi finder, at netop den yngre aldersgruppe og kvinder er mindre tilbøjelige til overhovedet at deltage i samfundsdebatter på Facebook fra start, så er der behov for at følge denne udvikling, hvis den offentlige debat på de sociale medier skal være så repræsentativ for samfundet som muligt.

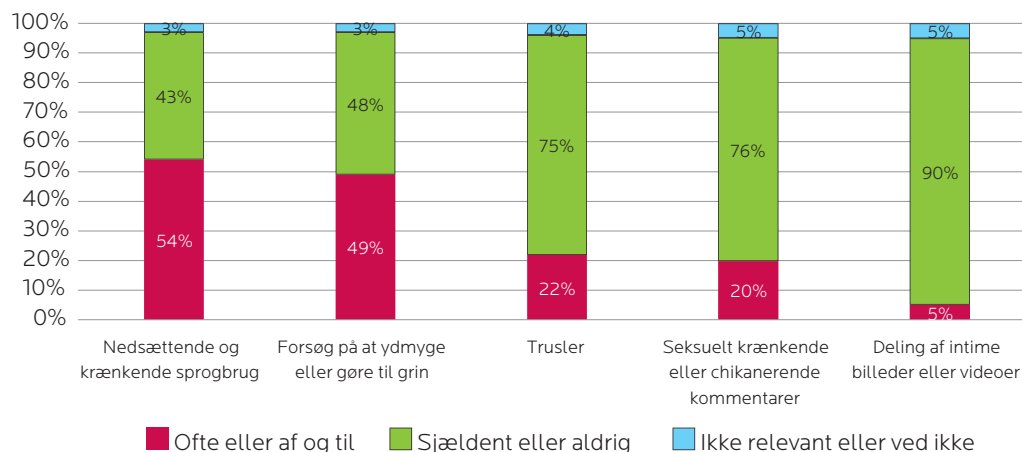
5.6 ANDRES ADFÆRD PÅ FACEBOOK

Ud over ændring i egen debatadfærd, så er respondenterne ligeledes blevet spurgt om, hvordan de oplever andres adfærd i debatter på Facebook.

Figur 30 viser, hvilken type adfærd som de, der deltager i samfundsdebatter, oftest støder på i debatter på Facebook. Figuren viser tydeligt, at brugerne især oplever, at nedsættende og krænkende sprogbrug samt forsøg på at ydmyge og gøre til grin dominerer på Facebook. Dog angiver en femtedel også, at de har set seksuelt krænkende eller chikanerende kommentarer. Kvinder rapporterer dette i signifikant højere grad end mænd (figur 31), hvilket er en væsentlig pointe at have for øje og som bekræfter, at mænd og kvinder har vidt forskellige oplevelser af debatklimate på Facebook.

FIGUR 30: 1.042 respondenter. Spm.21: "Hvor ofte, har du set følgende adfærd på Facebook?"

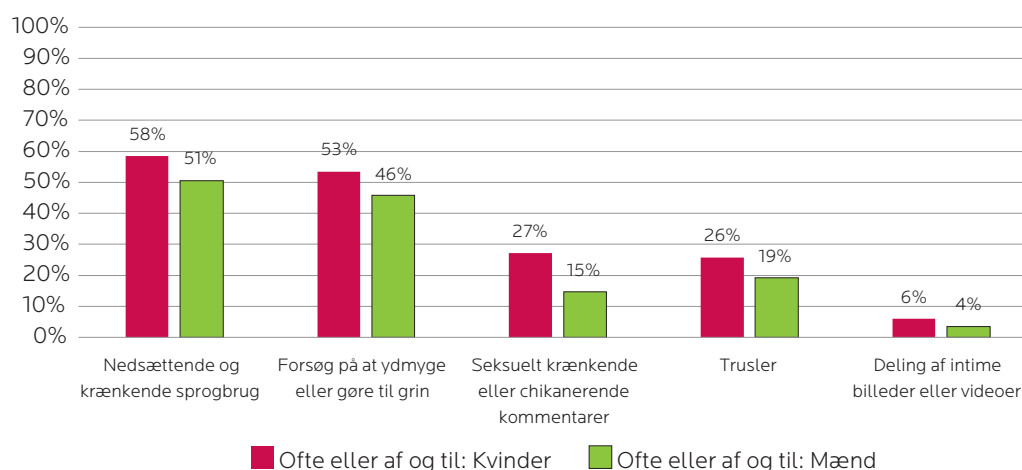
Set følgende adfærd, deltager i samfundsdebat



Overordnet rapporterer kvinder, der deltager i samfundsdebatter, i højere grad end mænd, at de er stødt på de forskellige typer adfærd på Facebook, som udgør svarmulighederne i spørgeskemaet (figur 31).

FIGUR 31: 1.042 respondenter. Spm. 21: "Hvor ofte, har du set følgende adfærd på Facebook?". Fordelt på køn.

Set følgende adfærd, deltager i samfundsdebat, fordelt på køn



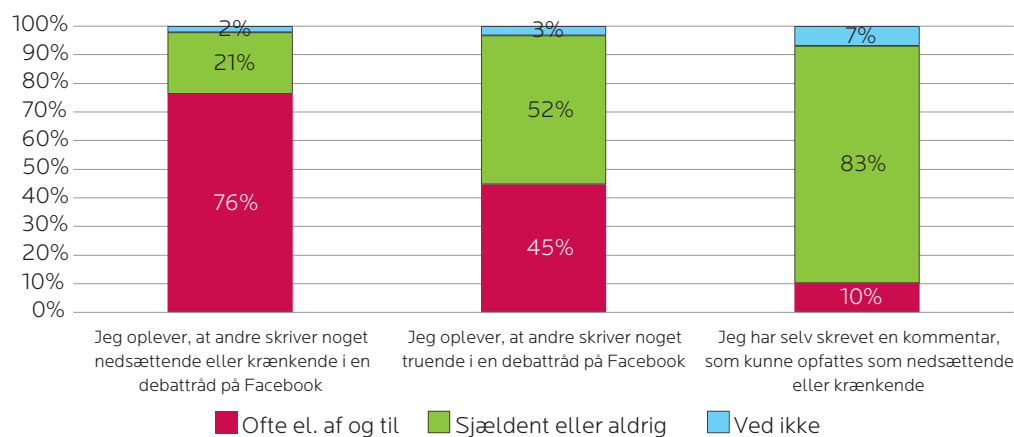
Tre ud af fire af dem, der deltager i samfundsdebatter, angiver, at de ofte eller af og til oplever, at andre skriver noget nedsættende eller krænkende i en debattråd på Facebook. I spørgsmålet er det ikke defineret, hvad der udgør en nedsættende eller krænkende ytring, så der er tale om en subjektiv vurdering af, hvornår en kommentar er blevet opfattet som enten nedsættende eller krænkende i situationen, hvilket i sagens natur vil variere fra person til person. Tallene kan alene fortælle os noget om, hvordan debatten opfattes af brugerne og måler hverken omfang eller ytringernes karakter. Det ændrer dog ikke ved, at et stort flertal ofte oplever debatten som negativ og hård.

Knap halvdelen (45 pct.) oplever, at andre ofte eller af og til skriver noget truende i en debattråd på Facebook, hvilket tegner et lidet flatterende billede af debatten på Facebook.

En ud af ti svarer, at de har skrevet en kommentar, som kunne opfattes som nedsættende eller krænkende, mens 57 pct. svarer, at de aldrig har skrevet en kommentar af den karakter.

FIGUR 32: 1.042 respondenter. Sp. 15: "Hvor ofte oplever du følgende på Facebook?"

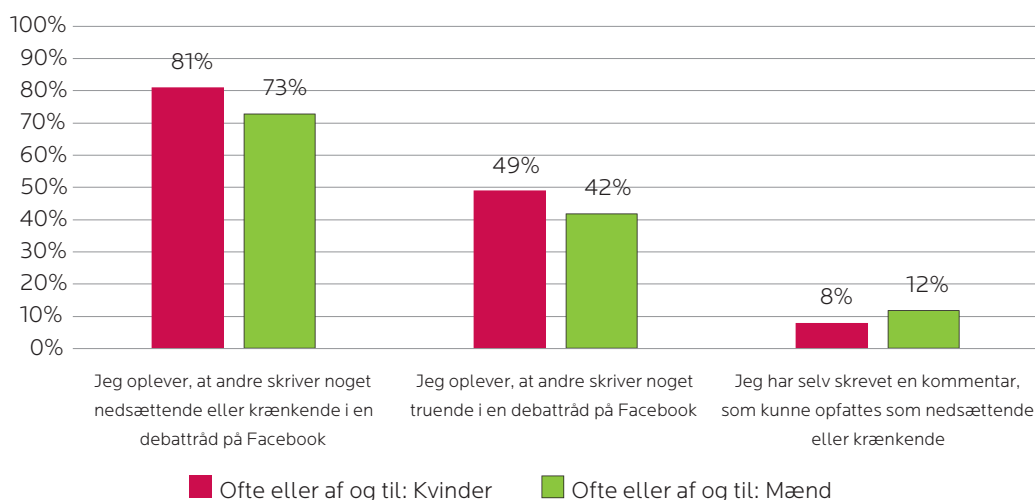
Erfaringer med nedsættende, krænkende og truende kommentarer



Generelt oplever kvinder i noget højere grad end mænd, at der bliver anvendt nedsættende og krænkende kommentarer eller trusler i debatterne. Lidt flere mænd rapporterer omvendt, at de selv har skrevet en kommentar, som kunne opfattes som krænkende eller nedsættende (figur 33).

FIGUR 33: 1.042 respondenter. Spm. 15: "Hvor ofte oplever du følgende på Facebook?" Fordelt på køn.

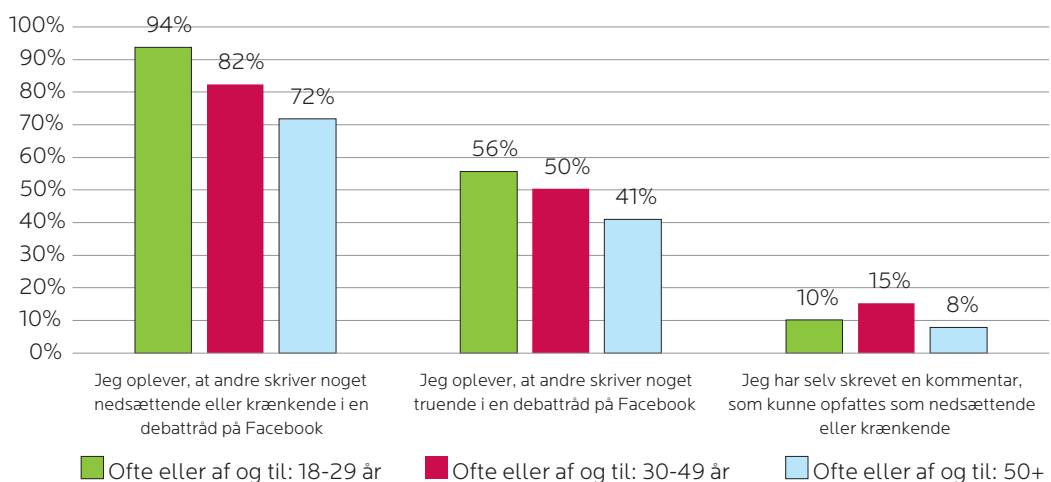
Erfaringer med nedsættende, krænkende og truende kommentarer, fordelt på køn



Tæt på samtlige af de 18-29-årige (94 pct.) rapporterer, at de har oplevet, at andre har skrevet noget nedsættende eller krænkende i et kommentarspor på Facebook, og mere end halvdelen i den yngre aldersgruppe oplever, at andre har fremført trusler i en debattråd. På trods af, at den yngste aldersgruppe meget sjældnere deltager i samfundsrelaterede debatter, så oplever de i langt højere grad, at andre skriver både nedsættende og truende kommentarer sammenlignet med de øvrige aldersgrupper (figur 34).

FIGUR 34: 1.042 respondenter. Spm. 15: "Hvor ofte oplever du følgende på Facebook?" Fordelt på alder.

Erfaringer med nedsættende, krænkende og truende kommentarer, fordelt på alder



5.7 OPLEVET NEDSÆTTENDE KOMMENTARER MOD ÉN SELV

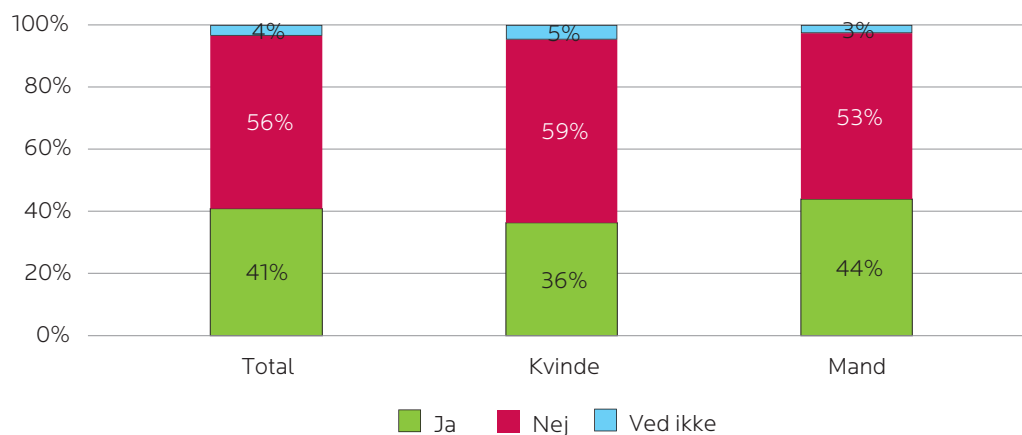
Af dem, der deltager i samfundsdebatter, svarer 41 pct., at de har oplevet, at der er brugt nedsættende eller krænkende betegnelser mod dem/om dem på Facebook (figur 36). Til sammenligning gælder dette blot for 13 pct. af de respondenter, der ikke tager del i samfundsdebatter på Facebook.

44 pct. af de mænd, der deltager i samfundsdebatter på Facebook, har oplevet nedsættende eller krænkende ytringer rettet mod dem selv. Til sammenligning er det noget færre (36 pct.) blandt kvinderne. Det kan hænge sammen med, at mænd oftere deltager i samfundsrelaterede "trigger"-emner, der kan være politisk ømtålelige, og at mænd selv oftere sender nedsættende kommentarer (se figur 39).

Deltagerne er også blevet spurgt ind til, om den nedsættende kommentar er rettet mod den deltagendes køn, politiske holdning, etnicitet, alder, hudfarve, handicap m.m., hvilket vi kommer ind på senere. Ser vi bort fra nedsættende kommentarer rettet mod politisk holdning, er andelen blandt mænd og kvinder, der har oplevet nedsættende kommentarer, lige store.

FIGUR 35: 1.042 respondenter. Spm. 8: "Har du nogensinde oplevet, at der er blevet brugt nedsættende eller krænkende betegnelser om/mod dig på Facebook? (her tænkes både på åbne og lukkede sider)". Total og fordelt på køn.

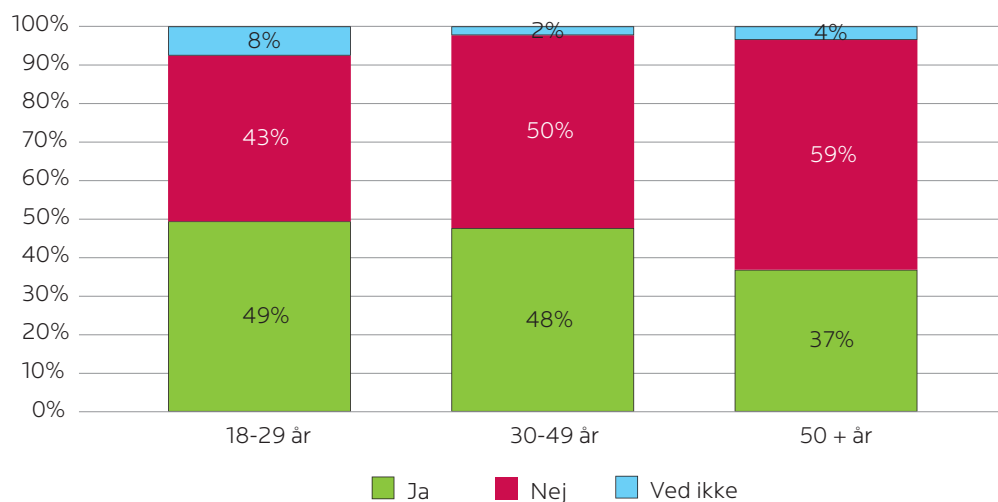
Oplevet nedsættende eller krænkende betegnelser om/mod en selv, fordelt på køn



Der er langt færre unge, der deltager i debatter om samfundsrelaterede emner på Facebook, men når først de gør det, så rapporterer halvdelen at have modtaget nedsættende eller krænkende kommentarer. Dette gør sig til sammenligning kun gældende for lidt over hver tredje blandt den mere debatlystne gruppe, som består af personer over 50 år.

FIGUR 36: 1.042 respondenter. Spm. 8: "Har du nogensinde oplevet, at der er blevet brugt nedsættende eller krænkende betegnelser om/mod dig på Facebook? (her tænkes både på åbne og lukkede sider)".

Oplevet nedsættende eller krænkende kommentarer, fordelt på alder



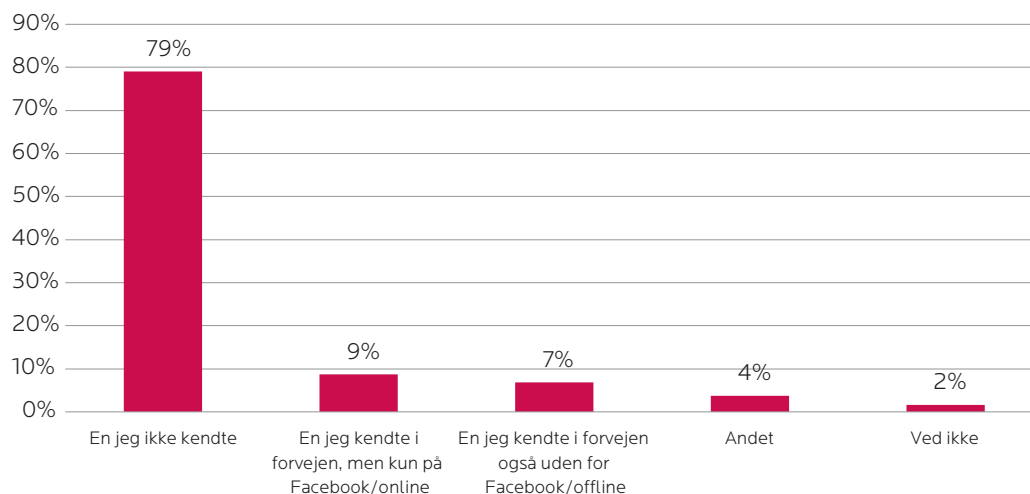
5.8 AFSENDEREN ER EN UKENDT MAND

Af dem, der har oplevet nedsættende eller krænkende kommentarer, svarer 79 pct., at kommentaren kom fra en, de ikke kendte i forvejen (figur 37). Der er markant flere blandt de 18-29-årige, som angiver dette. Hele 95 pct. i denne aldersgruppe svarer, at kommentaren kom fra en, de ikke kendte (se figur 38).

Det fortæller os på den ene side, at den offentlige samtale i høj grad er et møde mellem mennesker, der ikke kender hinanden, og på den anden side fortæller det også, at den debat, som finder sted på Facebook, ofte sker uden tanke på, hvordan kommentarer modtages og påvirker ens meddebattører.

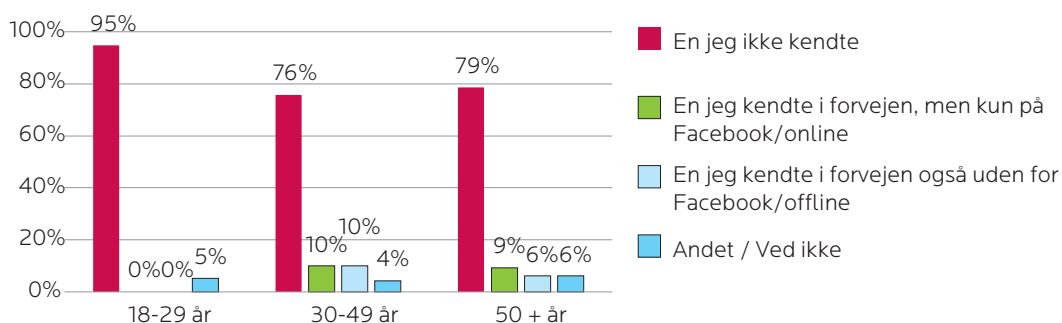
FIGUR 37: 426 respondenter. Spm. 11: "Hvem kom den nedsættende eller krænkende kommentar på Facebook fra?"

Afsender af den nedsættende eller krænkende kommentar



FIGUR 38: 426 respondenter. Spm. 11: "Hvem kom den nedsættende eller krænkende kommentar på Facebook fra?" Fordelt på alder.

Afsender af den nedsættende eller krænkende kommentar, fordelt på alder



Ser vi på, hvordan de negative interaktioner ser ud mellem de to køn, så tegner det et billede af mændene, som de mest hyppige afsendere og modtagere af nedsættende/krænkende kommentarer, hvilket illustreres i figur 39.

41 pct. af de nedsættende kommentarer er afsendt fra én mand til en anden mand, mens 23 pct. rapporterer om, at de nedsættende kommentarer er afsendt fra en mand og rettet mod en kvinde. Til sammenligning er det kun 11 pct. af de nedsættende kommentarer, der er sendt fra en kvinde til en mand og blot 8 pct. kvinder imellem.

Alt i alt rapporterer 64 pct. om, at de nedsættende kommentarer, som de har oplevet, har mænd som afsendere, hvorimod det rapporteres, at 19 pct. har kvinder som afsendere. I størstedelen af tilfældene er afsenderen således en ukendt mand.

Dette billede viste instituttets rapport fra 2017 om den offentlige debat online ligeledes. Rapportens indholdsanalyse fandt frem til, at 76 pct. af de hadefulde kommentarer var skrevet af mænd.³⁵

FIGUR 39: 426 respondenter. Spm. 8: "Har du nogensinde oplevet, at der er blevet brugt nedsættende eller krænkende betegnelser om/mod dig på Facebook? (her tænkes både på åbne og lukkede Facebook-sider)". Oplevet nedsættende/krænkende kommentarer fordelt på afsender og spm. 12 "Hvad var kønnet på den person, der kom med den nedsættende eller krænkende kommentar på Facebook?".

Afsender	Modtager	Procent
Mand ->	Mand	41%
Ukendt ->	Mand	12%
Kvinde ->	Mand	11%
Kvinde ->	Kvinde	8%
Ukendt ->	Kvinde	5%
Mand ->	Kvinde	23%
Total	Total	100%

5.9 DE NEDSÆTTENDE KOMMENTARER HANDLER OM POLITISK HOLDNING OG KØN

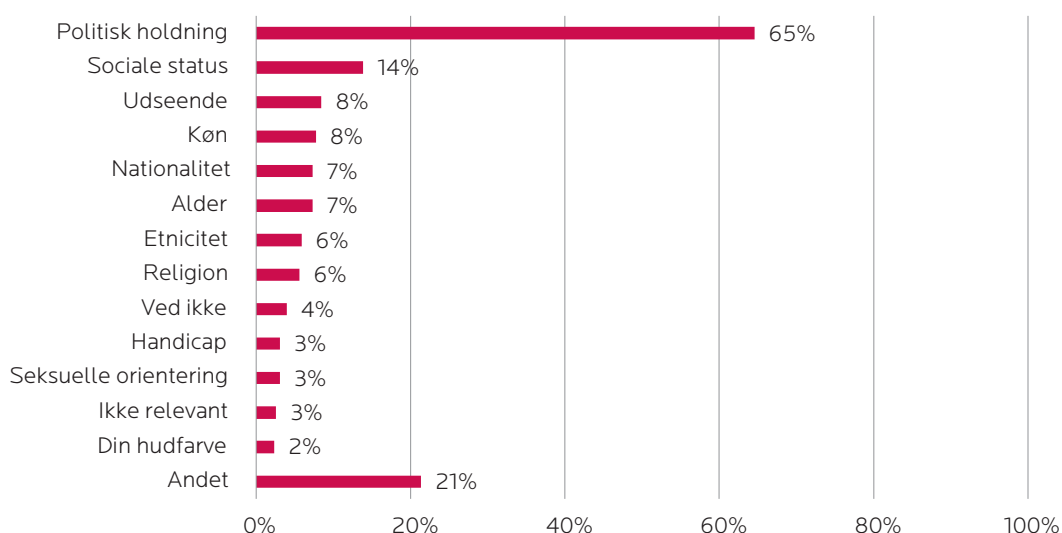
Ud af de respondenter, der rapporterer, at de har oplevet en nedsættende eller krænkende kommentar mod dem selv, svarer 65 pct., at den mest typiske nedsættende eller krænkende kommentar er rettet mod deres politiske holdning. Mænd (69 pct.) oplever dette i signifikant større grad end kvinder (57 pct.). Tilkendegiver man sin politiske holdning offentligt på Facebook, er der således stor sandsynlighed for at blive mødt af negative kommentarer på grund af denne.³⁶

Ser vi på de brugere, der i denne spørgeskemaundersøgelse angiver, at kommentaren var rettet mod deres køn, er der en markant forskel mellem kvinder og mænds besvarelser. Således angiver 15 pct. af kvinderne, at de har oplevet, at en nedsættende eller krænkende kommentar var rettet mod deres køn, mens blot 4 pct. af mændene angiver, at dette har været tilfældet. Det svarer til, at for en ud af syv kvinder, der har modtaget en nedsættende eller krænkende kommentar, har kommentaren været rettet mod deres køn alene. Så hvor mænd og kvinder i næsten lige høj grad modtager nedsættende kommentarer, så rettes disse meget hyppigere mod kvinder på grund af deres køn.³⁷

Overordnet angiver kvinder, at den nedsættende eller krænkende kommentar, som de har oplevet, var rettet mod politisk holdning, køn eller sociale status, hvorimod det for mændenes vedkommende drejer sig om politisk holdning, sociale status og udseende.

FIGUR 40: 426 respondenter. Spm. 9: "Hvis du tænker på sidste gang, du oplevede en nedsættende eller krænkende kommentar rettet mod dig på Facebook, hvad gik kommentaren så på? Du kan markere flere svar." Andelen af alle respondenter, der deltager aktivt i samfundsdebatter på Facebook, der har oplevet at modtage nedsættende eller krænkende kommentarer rettet mod sig på Facebook og hvad de var rettet imod.

Hvad var den nedsættende eller krænkende kommentar rettet mod?



At så få rapporterer at have oplevet nedsættende eller krænkende kommentarer på grund af deres nationalitet, etnicitet og religion, kan forklares med, at respondenterne ikke er repræsentative i forhold til etnisk minoritetsbaggrund. Det er altså et udtryk for, at stikprøven ikke er repræsentativ i forhold til etnisk minoritetsbaggrund og ikke et udtryk for, at kommentarer, der retter sig mod etnicitet, hudfarve mm. ikke forekommer. Instituttets rapport fra 2017 viste, at de hadefulde kommentarer i høj grad retter sig mod etnicitet og religion. En forklaring er også, at krænkende kommentarer rettet mod politisk holdning kan rettes mod alle, der ytrer sig, hvorimod kommentarer, der retter sig mod etnicitet, religion, handicap, seksuel orientering og hudfarve i sagens natur oftere retter sig mod minoriteter, der, som navnet fremgår, er mindre i antal.

KAPITEL 6

ANSVARET FOR ULOVLIGT INDHOLD PÅ SOCIALE MEDIER

INDLEDNING

Ytringsfriheden er en grundlæggende rettighed i et demokratisk samfund. Retten til at ytre sig følger af en lang række internationale konventioner,³⁸ blandt andet Den Europæiske Menneskerettighedskonventions (EMRK) artikel 10, hvorefter enhver har ret til informations- og ytringsfrihed.³⁹ Endvidere gælder der også strafferetlige og erstatningsregler, som begrænser ytringsfriheden.

Retten til informations- og ytringsfrihed er lovfæstet i dansk ret i grundlovens § 77. Det fremgår af grundlovens § 77, at retten til informations- og ytringsfrihed tilkommer enhver, hvilket indebærer, at alle – både private og virksomheder, som ytrer sig – er omfattet af bestemmelsen. For medierne gælder en særlig udvidet ytrings- og informationsfrihed i kraft af deres rolle i samfundet.⁴⁰

Som det er blevet fastslået tidligere i denne rapport, har sociale medier demokratiseret den offentlige debat ved at give borgerne mulighed for at komme til orde uden om en redaktør, ved at give nem adgang til nyhedsmedier og beslutningstagere og ved at skabe mulighed for hurtig mobilisering af større menneskemængder. Facebook dominerer som det mest anvendte sociale medie i den danske befolkning, men bruges også af de traditionelle nyhedsmedier som platform til at publicere journalistik og skabe debat.

Tonen i debatten er løbende genstand for diskussion. Meningsdannere og politikere har gennem tiden fortalt om deres oplevelser med chikanerende og truende ytringer, som fremsættes via de sociale medier.⁴¹ En stor del af de ytringer, som opfattes som grove, nedsættende og krænkende, vil højst sandsynligt falde uden for det strafbare område. Det ændrer dog ikke ved, at når tonen bliver for grov, så kan det have konsekvenser for den demokratiske deltagelse, hvilket den empiriske del også viste.

Rammerne for ytringsfrihedens grænser er vide, og det betyder, at man må acceptere meninger og ytringer, som man kan være uenig i og som chokerer og fornærmer. Nogle af de ytringer, der fremsættes på sociale medier, kan være ulovlige, og derfor er det relevant at se på, hvilken regulering, der gælder for strafbare ytringer på sociale medier.

Når sociale medier er platform for den demokratiske samtale, opstår der nye spørgsmål i forhold til ansvaret for det indhold, der publiceres på platformen af brugerne. For hvem har ansvaret for det ulovlige indhold på de sociale medier, som kommer fra brugerne?

Vi tager primært udgangspunkt i Facebook som socialt medie, da det er her den demokratiske debat i stigende grad udspiller sig. For at forstå hvilken størrelse Facebook er, skitseres i det følgende Facebooks rolle som socialt medie, hvor folk kan komme til orde og har adgang til nyheder, information og debat.

6.1 DET SOCIALE MEDIE FACEBOOK

Gennem årene har Facebook vokset sig til mere end blot et globalt socialt fællesskab, der kan forbinde folk på tværs af kloden. I dag ved vi, at Facebooks forretningsmodel baserer sig på indsamling af data om brugernes færden på platformen, og at indholdet på den enkelte brugerprofil styres af algoritmer, der er uigennemtsigtige for brugerne.

Samtidig er Facebook blevet en central platform, der anvendes som forum for debat og formidling af nyheder. Der refereres ofte til Facebook som (socialt) medie, men Facebook er ikke et medie i medieansvarslovens forstand. Facebook producerer ikke selv indhold, ligesom Facebook ikke har en chefredaktør, da det ikke er et nyhedsmedie, men blot stiller en digital platform til rådighed for brugerne. Brugerne kan være nyhedsmedier, der lægger artikler op på deres Facebook-sider blandt andet for at skabe trafik til egne hjemmesider.

Ytringsfriheden er ikke absolut, og dens grænser gælder også på sociale medier. I afsnit 6.2 og frem ser vi nærmere på de mest relevante strafferetlige bestemmelser, som relaterer sig til ytringsfriheden og dermed også for ytringer fremsat på sociale medier.

På Facebook fjernes indhold på baggrund af Facebooks fællesskabsregler. Det kaldes indholdsmoderering, men der er tale om at hindre fremsættelse af visse ytringer på Facebook. Disse regler opfordrer til respektfuld adfærd og beskriver, hvilken type indhold der er tilladt på platformen, og som kan blive anmeldt til Facebook og fjernet. Fællesskabsreglerne gælder for alle, uanset om brugeren er et nyhedsmedie eller en privat person. Med henvisning til disse fællesskabsregler fjerner Facebook indhold på baggrund af brugernes anmeldelser, og Facebook lægger vægt på, at de stiller værktøjer til rådighed, så den enkelte bruger nemt kan anmelde potentielt krænkende indhold.

Det indhold, som Facebook fjerner, kan både være lovligt og ulovligt. Facebook fjerner dermed også ytringer, der er inden for samfundets rammer for ytringsfriheden, såfremt indholdet er i strid med Facebooks fællesskabsregler.

I Facebooks tilfælde, såvel som for andre sociale medier, tager kriterierne for det tilladte indhold ikke direkte udgangspunkt i hverken national lovgivning eller internationale menneskeretlige standarder, hvilket blandt andet kritiseres af FNs specialrapportør for ytringsfrihed.⁴²

Facebook er også blevet kritiseret for en vilkårlig og uigennemsigtig indholdsmoderering. Dels kritiseres Facebook for en ineffektiv håndtering af ulovligt indhold såsom distribution af børnepornografi og opfordring til terror. Dels kritiseres Facebook for at fjerne lovlige ytringer, som må anses for at være vigtige bidrag i samfundsdebatten, hvilket blandt andet flere danske politikere, debattører og meningsdannere har oplevet.⁴³

Oplevelser som disse har ført til et stigende pres for at få mere indsigt i Facebooks håndtering af lovligt indhold samtidig med, at kravene til at agere på ulovligt indhold er blevet større fra både brugere og lovgivere.

6.1.1 NYHEDSMEDIER PÅ FACEBOOK

Medielandskabet har ændret sig i takt med den teknologiske udvikling, og sociale medier spiller i dag en betydelig rolle i formidlingen af journalistik. De traditionelle medier gør i høj grad brug af sociale medier til distribution af nyheder. Den offentlige debat er i det hele taget i højere grad end tidligere rykket over på disse platforme, som dermed er blevet en vigtig infrastruktur for den offentlige debat.

En analyse foretaget af IDA med hjælp fra Danske Medier viser, at de professionelle danske medier bruger sociale medier aktivt. Ifølge analysen bruger 70 pct. af medierne sociale medier som publikationskanal, og sociale medier vurderes også som vigtig i forhold til at skabe debat. Det er i særdeleshed Facebook, der anvendes af nyhedsmedierne.⁴⁴

En undersøgelse af globaliseringen af det danske mediemarked viser ligeledes, at Facebook er det foretrukne valg som distributionskanal og som kilde til information for læserne. Ifølge denne undersøgelse står Facebook for 95 pct. af indgangstrafikken, det vil sige, når brugeren kommer fra Facebook og klikker sig ind på et nyhedsmedies hjemmeside.⁴⁵

Langt de fleste danske nyhedsmedier har oprettet egne sider på Facebook, som bestyres af mediet selv. På disse sider kan brugere skrive kommentarer til de artikler, nyhedsmedierne deler. Kommentarer fra brugerne (det såkaldte brugergenerede indhold) er kendetegnet ved, at det lægges op direkte af brugeren, og at mediet ikke foretager en forhåndsredigering af indholdet. Et nyhedsmedie kan derfor ikke på forhånd begrænse fremsættelsen af ulovlige ytringer på mediets Facebook-side.

Nyhedsmedier er som brugere omfattet af Facebooks fællesskabsregler og kan opleve, at indhold, de lægger op på Facebook, skjules eller fjernes. Dette sker uden nyhedsmediernes kendskab, og der findes ingen tilgængelig statistik om dette.

De fleste nyhedsmedier har i dag ressourcer afsat til at moderere kommentarsporene i tilknytning til det redigerede indhold (fx artikler), og nyhedsmediernes fjerner eller skjuler indhold ud fra egne retningslinjer. Flere medier anvender programmer, der hjælper med at filtrere kommentarer fra med henblik på en endelig og manual gennemgang af en moderator.

Der er rejst spørgsmål om et nyhedsmedies ansvar for det ulovlige indhold, som brugerne lægger op i kommentarsporene på nyhedsmediernes Facebook-sider.⁴⁶ Kort sagt er spørgsmålet, om et nyhedsmedie kan pålægges et ansvar for det ulovlige brugergenerede indhold på deres egne Facebook-sider?

I det følgende gennemgås ansvaret for det ulovlige indhold på sociale medier. Det belyses ved at se på den enkeltes ansvar for egne ulovlige ytringer (afsnit 6.2), de sociale mediers ansvar for ulovligt indhold (afsnit 6.3), og nyhedsmediernes ansvar for ulovligt indhold på deres sider på sociale medier (afsnit 6.4).

6.2 BRUGERENS ANSVAR FOR EGNE ULOVLIGE YTRINGER

Den, der ytrer sig ulovligt, er selv ansvarlig for sine ytringer. Det gælder ytringer fremsat mundtligt såvel som skriftligt, ligesom det både gælder på internettet og offline. Afsenderen af en ulovlig kommentar i kommentarsporet på fx Facebook er altså som udgangspunkt selv ansvarlig for kommentaren.

Straffeloven og særligt kapitel 27 indeholder en række bestemmelser, som gør det strafbart at ytre sig truende, krænkende eller nedværdigende. Nedenfor gennemgås de væsentligste bestemmelser i straffeloven i forhold til ulovlige ytringer på sociale medier.⁴⁷ Endvidere belyses erstatningsansvaret for den enkelte bruger.

Lovgivningen indeholder derudover en række bestemmelser, der begrænser ytringsfriheden. Dem vil vi ikke komme nærmere ind på her, men de kan alle overtrædes på de sociale medier.

Samlet set kan det siges, at der findes mange eksempler på, at brugeren kan gøres ansvarlig for sine strafbare ytringer mv. på de sociale medier.

6.2.1 STRAFFELOVENS § 235 – UDBREDELSE AF BØRNEPORNOGRAFISK MATERIALE

Det fremgår af straffelovens § 235, stk. 1, 1. pkt., at "den, som udbreder pornografiske fotografier eller film, andre pornografiske visuelle gengivelser eller lignende af personer under 18 år, straffes med bøde eller fængsel indtil 2 år eller under særligt skærpende omstændigheder med fængsel indtil 6 år".

I den såkaldte Umbrella-sag blev en person dømt i Højesteret blandt andet efter § 235, stk. 1, for at have udbredt pornografisk videomateriale med seksuelt indhold i lukkede chatgrupper fra Facebook og Messenger, hvori der optrådte en pige under 15 år.⁴⁸

6.2.2 STRAFFELOVENS § 266 – TRUSLER

Efter straffelovens § 266 straffes "den, som på en måde, der er egnet til hos nogen at fremkalde alvorlig frygt for eget eller andres liv, helbred eller velfærd, truer med at foretage en strafbar handling."

Hvis ytringen er fremsat mod en konkret person, er den mere egnet til at fremkalde en sådan alvorlig frygt, end hvis den er fremsat mod en mere bred og unavngiven kreds af personer.

I en dom fra Østre Landsret fra 2010, blev en person straffet for trusler efter § 266 ved på en debatside på internettet at have udtalt om folketingsmedlemmet Pia Kjærsgaard: "Helle for at skyde hende", og "lad mig skyde den klamme, rynkefjæsede gamle kælling én gang for alle."⁴⁹

6.2.3 STRAFFELOVENS § 266 B – FORHÅNDELSE MV. AF BESTEMTE GRUPPER

Straffelovens § 266 b, stk. 1, kriminaliserer den, der "offentligt eller med forsæt til udbredelse i en videre kreds fremsætter udtalelser eller anden meddelelse, ved hvilken en gruppe af personer trues, forhånes eller nedværdiges på grund af race, hudfarve, national eller etnisk oprindelse, tro eller seksuel orientering." Bestemmelsen omtales ofte som racismeparagraffen.

Det fremgår af forarbejderne til bestemmelsen, at § 266 b har til formål at beskytte nærmere opregnede befolkningsgruppers menneskelige værdighed. Kernen i bestemmelsen er udtalelser, som går ud på, at en gruppe generelt savner værdi som mennesker samt helt usaglige, generaliserende påstande om grov kriminalitet og umoral.⁵⁰

Retten i Hjørring har den 15. marts 2016 dømt en person for overtrædelse af straffelovens § 266 b, stk. 1, at have skrevet "Terror container!!! i en bruger-kommentar til en debat om moskéer i Danmark på Facebook-siden "Nej tak til moskéer."⁵¹

Rigsadvokatens praksisoversigt om straffelovens § 266 b viser, at fra 2015-2017 vedrørte 29 ud af 38 domme eller bødeforlæg sager om ytringer, der var fremsat på sociale medier (28 på Facebook og én på Twitter).⁵²

6.2.4 STRAFFELOVENS § 267 – ÆREKRÆNKENDE UDTALELSER (INJURIER)

I straffelovens § 267 er det bestemt, at "den, der fremsætter eller udbreder en udtalelse eller anden meddelelse eller foretager en handling, der er egnet til at krænke nogens ære, straffes for ærekrænkelse med bøde eller fængsel." Det er

ikke blot fremsættelsen af ærekrænkelsen, der er omfattet af bestemmelsen. Det fremgår af bestemmelsens ordlyd, at også udbredelsen af krænkelsen (fx videregivelsen på internettet) er omfattet af § 267.

I en sag fra Østre Landsret fra 2016, blev en person dømt for ærekrænkelser efter § 267, for at have oprettet opslag på Facebook og fremsat ærekrænkende udtalelser blandt andet med indhold om, at en navngiven person havde truet med at voldtage en 8-årig dreng.⁵³

6.2.5 ERSTATNINGSANSVAR

Reglerne i dansk ret om erstatningsansvar gælder også for ytringer på sociale medier. Hvis en ulovlig ytring påfører en anden skade, for eksempel ved at skade en konkurrent eller afsløre en erhvervshemmelighed, kan den, der ytrer sig, ifalde erstatningsansvar.

Det er en grundlæggende betingelse for at pålægge et erstatningsansvar, at der foreligger et ansvarsgrundlag.⁵⁴

Derudover skal skadelidte have lidt et økonomisk tab. Mange krænkelse på internettet, navnlig freds- og ærekrænkelser, medfører normalt ikke noget økonomisk tab for den krænkede. De almindelige erstatningsretlige regler suppleres imidlertid af erstatningsansvarslovens § 26. Det fremgår af bestemmelsen, at "den, der er ansvarlig for en retsstridig krænkelse af en andens frihed, fred, ære eller person, skal betale den forurettede godtgørelse for tort." Der er her tale om godtgørelse for ikke økonomisk skade.

I den føromtalte Umbrella-sag blev tiltalte dømt for overtrædelse af blandt andet straffelovens § 235, stk. 1, samt til at betale tortgodtgørelse til de forurettede efter erstatningsansvarslovens § 26.⁵⁵

6.3 SOCIALE MEDIERS ANSVAR FOR ULOVLIGT BRUGERGENERET INDHOLD

I det følgende vil vi kigge på sociale mediers ansvar for det ulovlige brugergenerede indhold på deres platforme.⁵⁶

Medieansvarslovens særlige ansvarssystem finder ikke anvendelse på de sociale medier såsom Facebook.⁵⁷ Dette skyldes, at sociale medier ikke kan kategoriseres som et medie i medieansvarslovens forstand, idet sociale medier ikke selvstændigt udgiver indhold på deres platforme. Sociale medier opfylder derfor ikke medieansvarslovens betingelser efter lovens § 1, nr. 3, om at udgive indhold, som er periodisk, henvender sig til offentligheden og leverer nyhedsformidling, og som kan sidestilles med formidling fra radio og TV.

Når vi taler om sociale mediers ansvar for ulovligt indhold, er e-handelslovens regler om formidleransvar og notice-and-take down-princippet derimod udgangspunktet.

6.3.1 ANSVAR EFTER E-HANDELSLOVEN

E-handelsloven gennemfører EU's e-handelsdirektiv⁵⁸ i dansk ret. Det fremgår af e-handelslovens § 1, at loven finder anvendelse på tjenester i informationssamfundet. Man kan sige, at loven omhandler fordelingen af ansvar mellem tjenesteyderen (det sociale medie) og tjenestemodtagerne (brugerne).⁵⁹ E-handelslovgivningen indeholder fortsat de centrale regler, selv om loven er fra tiden før den kraftige udvikling af sociale medier.⁶⁰

Et centralt princip i e-handelslovens § 16 er notice-and-take-down-princippet, hvorefter en tjenesteyder er ansvarsfri for oplagring af information, når oplagringen sker på anmodning af en tjenestemodtager, der har levereret informationen. Det er dermed brugerne, der selv har ansvaret for det, de skriver på et socialt medie.

Det er imidlertid en forudsætning for det sociale medies ansvarsfrihed, at det sociale medie ikke har kendskab til det ulovlige indhold og/eller ikke tager skridt til at fjerne informationen. Det følger således af loven, at en tjenesteyder (fx Facebook) som udgangspunkt ikke ifalder ansvar for ulovligt indhold, hvis tjenesteyderen ikke har kendskab til indholdet, eller hvis tjenesteyderen fjerner det. Ansvarer gælder fra det tidspunkt, hvor tjenesteyderen får kendskab til indholdet.

EU-Domstolens har i sin praksis fastslået, at der foreligger ansvarsfrihed efter e-handelslovens § 16 når, 1) tjenesteyderen er en formidler i e-handelslovens forstand, 2) tjenesteyderen er vært for informationen, og 3) tjenesteyderen alene spiller en passiv og neutral rolle, hvor tjenesteyderen ikke har kendskab og kontrol til de oplagrede informationer.⁶¹

Der findes ikke retspraksis, der direkte omhandler sociale medier.⁶² Praksis fra EU-Domstolen viser dog, at tjenesteyderen kan forblive ansvarsfri, selv om tjenesteyderen er en kommerciel tjeneste, som profiterer på at oplagre brugergeneret indhold og fastsætter de generelle rammer og vilkår for tjenesten.⁶³ Sociale medier, der fastsætter generelle rammer og vilkår for tjenesten, samt indtager en passiv og neutral rolle, kan således opfylde betingelserne om at være ansvarsfri formidler i e-handelslovens forstand.

Det er et centralt spørgsmål i forhold til notice-and-take-down-princippet i e-handelslovens § 16, hvornår der konkret kan siges at foreligge forhold eller omstændigheder, der bør få formidleren til at reagere på det ulovlige brugergenerede indhold.

Den sparsomme retspraksis giver kun få retningslinjer og vedrører ikke ulovligt brugergeneret indhold på sociale medier.⁶⁴ Bortset fra det tilfælde, hvor

formidleren direkte opfordrer til at oplagre ulovligt indhold,⁶⁵ er det således uklart, hvornår der konkret kan siges at foreligge forhold eller omstændigheder, der bør få formidleren til at reagere på det ulovlige indhold.⁶⁶

Det er altså uklart, hvor strengt et ansvar et socialt medie har for at fjerne ulovligt indhold, som det sociale medie er blevet gjort opmærksomt på, og herunder ikke mindst hvor hurtigt og effektivt et socialt medie har pligt til at handle.

Såfremt betingelserne for ansvarsfrihed efter e-handelsloven ikke er opfyldt, vil et eventuelt ansvar afgøres efter de almindelige regler, herunder strafferettens regler om medvirken og erstatningsrettens almindelige regler.⁶⁷

6.3.2 ANSVAR FOR MEDVIRKEN EFTER STRAFFELOVEN

Den strafferetlige medvirkensansvar gælder for alle bestemmelser i straffeloven. Det fremgår af straffelovens § 23, at "straffebestemmelser omfatter alle, der ved tilskyndelse, råd eller dåd har medvirket til gerningen." Den medvirkende pådrager sig dermed et strafansvar på lige fod med gerningsmanden.

Selv om reglerne således i princippet giver mulighed for, at et socialt medie kan ifalde medvirkensansvar, så er reglernes betydning begrænset. Det skyldes, at det som udgangspunkt følger af straffelovens § 19, at den, der skal dømmes for medvirken, skal have samme forsæt eller uagtsomhed, som den, der ytrer sig. I juridisk terminologi taler man om, at tilregnelserkravet (kravet til forsæt eller uagtsomhed) for den medvirkende følger tilregnelserkravet for den pågældende forbrydelse.

Et strafferetligt medvirkensansvar for et socialt medie kan derfor komme på tale, såfremt også betingelserne for tilregnelser er opfyldt. Det må antages, at det som udgangspunkt vil være svært at gøre andre end ytreren af den fx racistiske (§ 266 b) eller injurierende (§ 267) udtalelse ansvarlig, idet ingen andre end ytreren selv kan siges at have handlet med det fornødne forsæt.⁶⁸ Der vil dog også kunne være tilfælde, hvor det kan stå klart, at et ansvar kan gøres gældende, fx hvis det sociale medie ikke har fjernet ulovligt brugergenereret indhold fra sin platform hurtigt nok.

Betingelserne for dansk straffemyndighed (jurisdiktion) skal også være til stede, for at et socialt medie kan pålægges et strafansvar. Det følger af straffelovens § 6, at under dansk straffemyndighed hører handlinger, som foretages i den danske stat. Endvidere fremgår det af straffelovens § 9 a, at en lovovertrædelse, som ved handlinger i udlandet er gjort alment tilgængelig her i landet gennem internettet, anses for begået i den danske stat, hvis materialet har en særlig relation her i landet. Dansk straffemyndighed kan altså komme på tale, hvis der på et socialt medie som Facebook fremsættes ærekrænkende udtalelser mod en navngiven og dansk bosat person.

6.3.3 DET ERSTATNINGSRETTLIGE MEDVIRKENSANSVAR⁶⁹

I erstatningsretten er medvirkensansvaret ikke lovreguleret, men har fast hjemmel i retspraksis.⁷⁰ Udgangspunktet er således, at hvis flere er erstatningsansvarlige for den samme skade, så ifalder de ansvar på lige fod. Ligesom i strafferetten omfatter det erstatningsretlige medvirkensbegreb både fysisk medvirken i form af konkrete handlinger og psykisk medvirken i form af opfordringer mv.⁷¹

Hvorvidt sociale medier kan gøres erstatningsretlig medansvarlige for ved deres passivitet ikke at have fjernet det ulovlige brugergenerede indhold på deres platforme, er ikke beskrevet nærmere i den juridiske litteratur.

I kølvandet på Umbrella-sagen er det blevet fremført,⁷² at sociale medier som Facebook, har kontrol over det indhold, der ligger på deres platform, idet de stiller platformen til rådighed og modererer i det brugergenerede indhold. Facebook bør derfor kunne ifalde erstatningsretligt ansvar,⁷³ når de ikke har fjernet ulovligt indhold fra deres platform i en konkret sag. Dette spørgsmål er dog uafklaret i retspraksis.

6.4 NYHEDSMEDIERS ANSVAR FOR ULOVLIGT BRUGERGENERET INDHOLD PÅ SOCIALE MEDIER

I det følgende gennemgås nyhedsmediernes ansvar for ulovligt brugergeneret indhold på deres egne sider på sociale medier eksempelvis DR Nyheders egen Facebook-side. Det er i kommentarsporet på nyhedsmediets Facebook-side, at det ulovlige brugergenerede indhold kan fremsættes. Dette kommentarspor er en del af Facebooks platform, men både Facebook og nyhedsmediet fjerner og sletter indhold med henvisning til henholdsvis Facebooks fællesskabsregler og nyhedsmediets egne regler.

6.4.1 ANSVAR EFTER E-HANDELSLOVEN

Udgangspunktet i henhold til e-handelsloven er, at nyhedsmedier med sider på sociale medier, er brugere i forhold til det sociale medie. Spørgsmålet er, om et nyhedsmedie i e-handelslovens forstand også kan anses som formidler i forhold til deres brugere med den konsekvens, at de får et "notice-and-take-down"-ansvar for det ulovlige brugergenerede indhold på nyhedsmediets sociale medie-side.

Der kan argumenteres for, at et nyhedsmedie har et ansvar efter e-handelsloven for det brugergenerede indhold på nyhedsmediets **sociale medie-side**, da det ikke kan have nogen betydning, om et nyhedsmedie stiller sine artikler med adgang til kommentarer til rådighed på den ene eller den anden digitale platform.

Når et nyhedsmedie har en hjemmeside, er internethosten tjenesteyder i forhold til nyhedsmediet, men også i forhold til internettets brugere. Derfor kan en internethost være forpligtet til at lukke ned for ulovlige hjemmesider. Det antages, at et nyhedsmedie også er tjenesteyder i e-handelslovens forstand, når nyhedsmediet er vært for det brugergenerede indhold på nyhedsmediets **egen**

hjemmeside.⁷⁴ Man kan på den baggrund spørge, om det gør nogen forskel på et nyhedsmedies ansvar, om det formidler sine artikler med videre på internettet på sin egen hjemmeside, eller om det formidler sine artikler med videre på internettet på en anden digital platform, nemlig et social medie. Der kan således argumenteres for, at ansvaret ikke kan afhænge af, hvilken platform et nyhedsmedie vælger at formidle på.

Der findes imidlertid ingen retspraksis herom, og spørgsmålet må derfor siges at være uafklaret.⁷⁵

6.4.2 ANSVAR EFTER MEDIEANSVARSLØVEN

Medieansvarsloven vedrører regulering af mediers ansvar. Det er et helt centralt element, at medieansvarsloven etablerer et særligt ansvarssystem, der pålægger redaktøren et skærpet eller nogle gange objektivi ansvar.⁷⁶ Medieansvarsloven udpeger de mulige ansvarlige og placerer et ansvar. Grundlaget for et eventuelt ansvar – strafferetligt eller erstatningsretligt – skal findes uden for medieansvarsloven. Medieansvarslovens omdrejningspunkt er ansvaret for mediets redaktionelle indhold.

Medieansvarsloven er fra 1992 og er kun blevet ændret på enkelte områder siden. Lovgiver har trods livlig debat om nyhedsmediernes brug af sociale medier ikke ændret det gældende regelsæt.

Nyhedsmediers redaktionelle indhold på eksempelvis nyhedsmediets Facebook-side kan omfattes af medieansvarsloven, hvis mediet frivilligt tilmelder deres sociale medie-side til Pressenævnet.^{77 78} Tilmelding er ikke i sig selv tilstrækkeligt, idet nyhedsmediet, der publicerer sit indhold på internettet, skal opfylde de samme krav, som stilles til traditionelle massemedier, navnlig at udgive indhold, som er periodisk, henvende sig til offentligheden og levere nyhedsformidling, som kan ligestilles med formidlingen fra radio og TV.⁷⁹ Pressenævnet bliver herefter kompetente til at træffe afgørelse i en eventuel klagesag over mediet,⁸⁰ og til at vurdere om nyhedsmediet overholder de vejledende regler for god presseskik.⁸¹ Hvis et nyhedsmedie ikke har tilmeldt sig Pressenævnet, afviser nævnet efter fast praksis klagen.⁸² Dog kan nyhedsmediet gøres selvstændig ansvarlig efter lovgivningens almindelige regler.⁸³

Pressenævnet sonderer i praksis mellem, om indholdet i en debat er redigeret eller uredigeret, og hvorvidt medieansvarsloven finder anvendelse. Det vil blive gennemgået i det følgende.

6.4.2.1 Det redigerede indhold

Redigeret indhold er som udgangspunkt indlæg, der har været igennem en redaktionel gennemgang og prioritering fra nyhedsmediets side. Artikler som nyhedsmedier udgiver i trykte aviser, på hjemmesider og på Facebook-sider, er alle redigerede indlæg.

Pressenævnets sondring mellem redigeret og uredigeret debat beror ikke nødvendigvis på, om der faktisk er sket en redaktionel behandling eller udvælgelse.

Et eksempel er en kendelse, hvor Pressenævnet kom frem til, at et blogindlæg på business.dk skulle anses for et redigeret indlæg skrevet af en af avisens faste bloggere – selv om indlægget ikke var udvalgt eller redigeret før offentliggørelse. Nævnet slog fast, at et sådant "blogindlæg måtte sidestilles med en leder-/klummeartikel, der omfattes af medieansvarsloven og derved Pressenævnets kompetence."⁸⁴ Endvidere fastslog nævnet i kendelsen, at det forhold, at hensigten er, at læsere frit kan kommentere indlægget, ikke ændrer på, at der er tale om et redigeret indlæg.

Et nyhedsmedie kan således gøres ansvarlig for det redigerede indhold på nyhedsmediets sociale medie-side efter medieansvarsloven, hvis nyhedsmediets sociale medie-side er tilmeldt Pressenævnet.⁸⁵ I dette kapitel er det dog ikke den redigerede debat, som er omdrejningspunktet, men derimod det brugergenerede indhold.

6.4.2.2 Det uredigerede indhold

Det redigerede indhold, såsom artikler publiceret på et nyhedsmedies side på Facebook, afføder ofte debat og diskussion og i nogle tilfælde ulovlige brugerkommentarer i kommentarsporet. Dette brugergenerede indhold bliver i Pressenævnets praksis omtalt som det uredigerede indhold.

Uredigeret indhold er ikke envejskommunikation, da det ikke er kommunikation fra mediet til brugeren, men derimod brugeren, der fremsætter indhold uden nyhedsmediets mellemkomst. Nyhedsmediers ansvar efter medieansvarsloven kan ikke udstrækkes til at omfatte det uredigerede indhold. Det uredigerede indhold er ikke omfattet af medieansvarsloven og ej heller de presseetiske regler, og dermed falder et væsentligt område i dag udenfor medieansvarslovens regler.

Det fremgår af de presseetiske regler, at i det omfang der bringes uredigeret debat, bør der "offentliggøres synlige og klare retningslinjer herfor samt gives effektiv adgang til at klage til mediet."⁸⁶

Der findes blot nogle få kendelser fra Pressenævnet vedrørende det uredigerede indhold. I det følgende gennemgås én kendelse vedrørende det uredigerede indhold på nyhedsmediets Facebook-side og to kendelser vedrørende det uredigerede indhold på nyhedsmediets egen hjemmeside.

Pressenævnet har i september 2018 afsagt kendelse i en sag om et nyhedsmedies (DR's) ansvar for at slette hadefulde brugerkommentarer på mediets Facebook-side.⁸⁷ Nævnet vurderer i sagen, at debatsider, hvor udefrakommende kan skrive uredigerede debatindlæg/kommentarer, ikke er omfattet af medieansvarsloven, idet der **ikke** er tale om redigeret envejskommunikation.⁸⁸ Pressenævnet lægger

i kendelsen til grund, at DR i den konkrete sag "alene har fungeret som teknisk formidler, og kommentar-funktionen til opslag på DR Nyheders Facebook-side er derfor ikke omfattet af medieansvarsloven". Endvidere slår nævnet fast, at "redaktionens efterfølgende sletning af kommentarer indebærer ikke, at der er foretaget en sådan redigering, at forholdet falder ind under medieansvarslovens område."

I en kendelse fra 2017 har et nyhedsmedie (Information) slettet en læserkommentar fra sin egen hjemmeside information.dk.⁸⁹ Nævnet vurderer, at "debatfeltet på information.dk er en sådan uredigeret envejskommunikation skrevet af udefrakommende, hvor der ikke er foretaget nogen journalistisk udvælgelse inden offentliggørelsen." Endvidere slår nævnet fast, at "Information.dk derfor alene har fungeret som teknisk formidler, hvorfor redaktionens efterfølgende sletning af indlæg ikke indebærer, at der er foretaget en sådan redigering, at forholdet falder ind under medieansvarslovens område."

I november 2018 har Pressenævnet afsagt kendelse i en sag, hvor en bruger har klaget over en anden brugers kommentar til en artikel på nyhedsmediets egen hjemmeside ekstrabladet.dk.⁹⁰ Pressenævnet fastslår i tråd med tidligere praksis fra nævnet, at en læserkommentar "må betragtes som et sådant uredigeret indlæg skrevet af udefrakommende, hvor der ikke er foretaget nogen journalistisk udvælgelse inden offentliggørelsen", og Ekstra Bladet fungerer dermed alene som teknisk formidler. Endvidere slår nævnet fast, at "kommentarfunktionen til opslag på ekstrabladet.dk derfor ikke er omfattet af medieansvarsloven."

Pressenævnets praksis viser således, at det uredigerede indhold ikke er omfattet af medieansvarsloven. Ansvar for det uredigerede indhold skal derfor afgøres efter de almindelige regler inden for strafferetten og erstatningsretten.

6.4.3 ANSVAR FOR MEDVIRKEN EFTER STRAFFELOVEN

I det følgende gennemgås muligheden for efter straffelovens regler om medvirken at pålægge nyhedsmedier et medansvar for ikke at have fjernet det ulovlige brugergenerede indhold på nyhedsmediers sider på sociale medier, eksempelvis DR Nyheders Facebook-side.

Straffelovens § 23 siger, at "den som ved tilskyndelse, råd eller dåd har medvirket til gerningen, kan straffes." Bestemmelsens objektive gerningsindhold favner således meget bredt, og den medvirkende (her nyhedsmediet) kan pådrage sig et strafansvar på lige fod med den egentlige gerningsperson.⁹¹ Se afsnit 6.3.2 om sociale mediers ansvar for strafferetlig medvirken.

Et strafferetligt medvirkensansvar for et nyhedsmedie kan komme på tale, såfremt der er den fornødne tilregnelser (forsæt eller uagtsomhed) for det medvirkende nyhedsmedie. Som nævnt ovenfor kræver fx straffelovens § 266 b forsæt fra gerningspersonen til at have ytret sig racistisk. Det kan være svært at forestille sig,

at andre end den racistiske ytrer vil have handlet med det fornødne forsæt – også selv om det pågældende nyhedsmedie, for at få mest mulig trafik på sin side, kan siges at have medvirket ved at tilskynde til brugerkommentarerne.⁹² På den anden side kan der være situationer, hvor et medvirkensansvar kan være mere tydeligt, fx hvis nyhedsmediet ved sin (klare) passivitet ikke har fjernet det ulovlige indhold (hurtigt og effektivt nok).⁹³

I dommen Delfi mod Estland fra 2015 tog EMD for første gang stilling til spørgsmålet om medansvaret for det brugergenerede indhold på nyhedsportalens egen hjemmeside og forholdet til EMRK artikel 10.⁹⁴ Dommen vedrørte ikke ulovligt brugergenereret indhold på **sociale medier**, men dommen er alligevel relevant, idet EMD anerkender, at det konkret kan siges at være i overensstemmelse med EMRK artikel 10 at pålægge en nyhedsportal et ansvar for ikke hurtigt nok at fjerne klart ulovligt indhold på nyhedsportalens **egen hjemmeside**. Se gennemgangen af Delfi mod Estland nedenfor i afsnit 6.4.4.

6.4.5 ERSTATNINGSANSVAR

Som beskrevet i afsnit 6.3.3. er medvirkensansvaret i erstatningsretten ikke lovreguleret, men er fastslået i retspraksis. Udgangspunktet er, at hvis der er flere erstatningsansvarlige for den samme skade, så ifalder de ansvar på lige fod.

Det er uklart, i hvilket omfang et nyhedsmedie kan gøres erstatningsretligt medansvarlig for ved sin passivitet ikke at have reageret hurtigt og effektivt nok på det ulovlige brugergenerede indhold på dets sider på sociale medier. Spørgsmålet er ikke beskrevet indgående i den juridiske litteratur.

I dommen Delfi mod Estland fra 2015 anerkender EMD, at det konkret kan siges at være i overensstemmelse med EMRK artikel 10 at pålægge nyhedsportalen et erstatningsansvar for det ulovlige brugergenererede indhold på dets **egne hjemmesider**.⁹⁵

Sagen vedrørte den estiske nyhedsportal Delfi, der havde offentliggjort en artikel på sin hjemmeside, hvilket afstedkom et stort antal ulovlige brugerkommentarer (heraf et stort antal anonyme brugerkommentarer). Efter anmodning fjernede Delfi de ulovlige kommentarer samme dag, som anmodningen blev modtaget. De ulovlige brugerkommentarer havde dog ligget på nyhedsportalen i 6 uger fra offentliggørelsestidspunktet.

Delfi blev ved den nationale domstol dømt til at betale erstatning til den forurettede. Delfi indbragte herefter sagen for EMD med påstand om, at den nationale dom havde krænket Delfis ret til ytrings- og informationsfrihed efter EMRK artikel 10.

EMD frifandt den nationale domstol og fastslog, at det ikke udgjorde en krænkelse af Delfis ret efter EMRK artikel 10, stk. 1, at Delfi blev idømt et erstatningsansvar

for det ulovlige brugergenerede indhold fremsat i et kommentarfelt til en artikel på Delfis nyhedsportal, selv om Delfi havde slettet det ulovlige indhold efter anmodning. EMD lagde afgørende vægt på, at nyhedsportalen havde en kommerciel interesse i det ulovlige indhold, at der var tale om indhold, som havde en åbenlys ulovlig karakter ("clearly unlawful"), og at det ulovlige indhold havde været på nyhedsportalen i seks uger før nyhedsportalen efter anmodning fjernede dem.

Denne dom taler for, at det ikke vil være i strid med et nyhedsmedies ytringsfrihed at pålægge et erstatningsansvar for ikke at fjerne ulovligt brugergeneret indhold på nyhedsmediets sociale medie-sider.

KAPITEL 7

KONKLUSION

Denne undersøgelse ser nærmere på demokratisk deltagelse i debatter på det sociale medie Facebook. Undersøgelsen baserer sig på en spørgeskemaundersøgelse blandt 2.305 danske Facebook-brugere og belyser brugernes holdninger til ytringsfriheden på sociale medier, oplevelser af Facebook-debatter og forskelle i debatadfærd. Derudover ser vi på, hvilken betydning tonen i debatter på Facebook har for den demokratiske deltagelse.

I den juridiske del afdækker vi, hvorvidt henholdsvis den enkelte bruger, de sociale medier og nyhedsmedier som har sider på sociale medier, har et ansvar for det ulovlige indhold på sociale medier, som brugere lægger op.

HOLDNINGER TIL YTRINGSFRIHED PÅ SOCIALE MEDIER

Undersøgelsen viser, at knap halvdelen (48 pct.) af de adspurgte opfatter sociale medier som en gevinst for ytringsfriheden. For en tredjedel af de adspurgte har sociale medier ført til, at de deltager i flere debatter end før.

Samtidig er der en klar forskel i opfattelsen af vigtigheden af de sociale mediers rolle i forhold til ytringsfrihed, når man sammenligner personer, der aktivt deltager i samfundsdebatten, med personer, der ikke gør. Mens hele 60 pct. af dem, der deltager i debatten mener, at de sociale medier er en gevinst, er det til sammenligning kun 38 pct., der deler den holdning blandt dem, der ikke debatterer. Det betyder altså, at dem, der aktivt tager del i debatten, står stærkere på vigtigheden af de sociale medier sammenlignet med dem, der står udenfor.

FACEBOOK ER EN VIGTIG PLATFORM FOR DEBAT

Godt halvdelen (48 pct.) af de adspurgte er enige i, at Facebook er en vigtig platform for den offentlige debat. Denne opfattelse er mere udbredt blandt dem, der deltager i samfundsdebatter (61 pct.) end blandt dem, der ikke deltager i samfundsdebatter (38 pct.). Ikke desto mindre tegner det et billede af, at Facebook i dag har etableret sig som en vigtig og dominerende diskussionsplatform, hvor den offentlige debat udfolder sig.

DEBATTEN DOMINERES AF ÆLDRE OG MÆND

Undersøgelsen viser, at samfundsdebatten på Facebook er meget lidt repræsentativ set i forhold til både alder og køn. Tallene demonstrerer, at køn og

alder har en signifikant betydning for den enkeltes deltagelse i samfundsdebatter på Facebook.

Gruppen af dem, der deltager i debatter om samfundsrelaterede emner, domineres af de 50+-årige (64 pct.), hvorimod de 18-29-årige blot udgør 8 pct. af de aktive i de samfundsrelaterede debatter.

På baggrund af en regressionsmodel kommer vi frem til, at mænd langt hyppigere end kvinder deltager i samfundsdebatter på Facebook. Sandsynligheden for, at en mand deltager i samfundsdebatter på Facebook er på 54 pct., mens den kun er på 35 pct. for kvinders vedkommende.

TONEN HAR EN AFSKRÆKKENDE EFFEKT

Tonen har en afskrækkende effekt på folks deltagelse og engagement i den demokratiske samtale på Facebook. Dette ses ved, at 59 pct. angiver, at tonen får dem til at afholde sig fra at give deres mening til kende. Kvinder afholder sig i større grad end mænd, mens unge afholder sig i højere grad end ældre.

Tallene illustrerer, at debattens tone har en direkte indvirkning på lysten til at ytre sig i debatter på Facebook. Tonen og de negative kommentarer i debatten kan være med til at lukke vigtige stemmer ude af samfundsdebatten.

NEDSÆTTENDE KOMMENTARER OG TRUSLER FYLDER I DEBATTEN

Tre ud af fire af dem, der deltager i samfundsdebatter, har oplevet, at andre skriver noget nedsættende eller krænkende i et kommentarspor på Facebook. Knap halvdelen (45 pct.) oplever, at andre ofte eller af og til skriver noget truende i et kommentarspor på Facebook, mens en ud af ti svarer, at de har skrevet en kommentar, som kunne opfattes som nedsættende eller krænkende.

Samtidig har næsten halvdelen (41 pct.) af dem, der deltager i samfundsdebatter, oplevet nedsættende kommentarer mod dem selv i debatter på Facebook. Lidt flere mænd end kvinder oplever dette. Det kan dels skyldes, at mænd oftere deltager i debatter om såkaldte "trigger"-emner, der kan være politisk ømtålelige, og dels at mænd selv oftere skriver nedsættende kommentarer.

KØN HAR BETYDNING FOR DEBATADFÆRD

Kvinder og mænds adfærd adskiller sig væsentligt på Facebook. De forskellige måder at agere på Facebook på viser sig ved, at mænd mere end tre gange så ofte som kvinder er afsendere af nedsættende og krænkende kommentarer. Særligt rettes disse kommentarer mod andre mænd.

Selvom mænd i højere grad oplever krænkende og nedsættende kommentarer, oplever kvinder tre gange så ofte som mænd, at de krænkende og nedsættende kommentarer handler om deres køn frem for fx politisk holdning.

Generelt debatterer mænd mere end kvinder, de har fokus på at værne om ytringsfriheden, og de skriver langt oftere nedsættende kommentarer til andre. Kvinder derimod, holder sig oftere væk fra debatten på grund af den hårde og negative debattone og er mere optagede af, hvorvidt den enkelte udsættes for diskrimination og krænkelser.

EN DEMOKRATISK UDFORDRING

Ytringsfrihedens kår på de sociale medier bliver i disse år diskuteret vidt og bredt. Nogle mener, at grænserne for ytringsfriheden er blevet for vide på de sociale medier, og at det er blevet for let at ytre sig groft, truende og diskriminerende bag en skærm. Andre stemmer fremfører, at de sociale medier har fået for meget magt til at bestemme over, hvilket indhold, der skal være tilladt på deres platforme, og at disse beslutninger ikke tager udgangspunkt i juridiske vurderinger af, hvorvidt indholdet er ulovligt eller ej.

Ytringsfriheden er en af vores mest centrale menneskerettigheder, og der bør derfor udvises varsomhed med hensyn til restriktioner og begrænsninger af ytringsfriheden. Det er imidlertid et faktum, at en grov tone i debatter på Facebook, får folk til at holde sig fra at ytre sig.

En sund demokratisk debat kræver deltagelse fra mange forskellige stemmer, og når et flertal vælger at afstå fra at tage del i den demokratiske samtale online, så er der tale om en udfordring, som samfundet må diskutere.

ANSVAR FOR ULOVLIGT INDHOLD PÅ SOCIALE MEDIER

Med de sociale medier som mellemed og platform for offentlig debat opstår nye spørgsmål i forhold til ansvaret for det klart ulovlige indhold, der publiceres på sociale medier af brugerne. Særligt i forhold til ansvaret for klart ulovligt indhold. Helt konkret forsøger vi at afdække, hvilket ansvar henholdsvis den enkelte bruger, de sociale medier og nyhedsmedier, som har sider på sociale medier, har for det ulovlige brugergenerede indhold på sociale medier.

Brugere, som ytrer sig strafbart på de sociale medier, har utvivlsomt et ansvar efter de almindelige straffe- og erstatningsretlige regler.

Sociale mediers ansvar er et ansvar efter e-handelslovens notice-and-take down-princip, men omfanget af ansvaret må afklares af de danske domstole. Det må også afklares, hvilket ansvar de sociale medier kan ifalde efter straffelovens regler om medvirken.

Det må afklares af de danske domstole, om nyhedsmedier med sider på sociale medier kan anses for formidlere af det brugergenerede indhold efter e-handelsloven og dermed være omfattet af notice-and-take down-princippet. Det må også afklares, hvilket ansvar disse nyhedsmedier kan ifalde efter straffelovens regler om medvirken.

KAPITEL 8

ANBEFALINGER

Hvis vi skal fastholde en fri og demokratisk debat på de sociale medier med plads til forskellige stemmer, så stiller det krav til både brugere, sociale medier og nyhedsmedier.

I det følgende præsenterer Institut for Menneskerettigheder en række anbefalinger, som fokuserer på, hvordan der kan skabes gode rammer for den demokratiske samtale online. Anbefalingerne retter sig både mod politi, anklagemyndighed, nyhedsmedier og lovgivere.

HÅNDHÆVELSE AF ANSVAR

Ytringsfriheden og dens grænser gælder også på sociale medier, hvor der bør være en effektiv håndhævelse af lovgivningen. Instituttet anbefaler:

- At politi og anklagemyndigheden sikrer en effektiv retshåndhævelse af det strafferetlige medvirkensansvar, som sociale medier kan have for klart ulovligt brugergeneret indhold, som ikke er fjernet i henhold til notice-and-take-down princippet i e-handelsloven.
- At politi og anklagemyndigheden sikrer en effektiv retshåndhævelse af det strafferetlige medvirkensansvar, som nyhedsmedier kan have for klart ulovligt brugergeneret indhold, som ikke er fjernet i henhold til notice-and-take-down princippet i e-handelsloven.

NYHEDSMEDIER SÆTTER KLARE RAMMER FOR DEBAT PÅ SOCIALE MEDIER

Nyhedsmedier benytter i stigende grad sociale medier som platforme for distribution af nyheder og debatstof. Med sociale medier som mellemlid er der uklarhed om nyhedsmediers ansvar for den debat, de er værter for på deres egne sider på sociale medier. Instituttet anbefaler:

- At nyhedsmediernes i højere grad udarbejder klare retningslinjer for brugerdebat på sociale medier, som det følger af de presseetiske retningslinjer. Det skal sikre, at brugerne kender rammerne for debatten på nyhedsmediets sociale medie-side. Disse retningslinjer bør formuleres med respekt for den enkeltes ytringsfrihed.

- At nyhedsmedierne sørger for klageadgang, så brugere kan klage over brugerkommentarer, der overtræder retningslinjerne, eller kommentarer der er blevet fjernet af nyhedsmediet.
- At nyhedsmediernes moderering af brugerdebat sker ud fra klare og transparente kriterier.

REVISION AF MEDIEANSVARSLØV

Medieansvarsloven er fra 1992 og indeholder ikke særlige regler om sociale medier. Regeringen og Folketinget bør overveje spørgsmålet om medieansvarslovens betydning for sociale medier, såfremt Ytringsfrihedskommissionens arbejde måtte give anledning til det.

DIGITAL DANNELSE

Den demokratiske debats mangfoldighed bør styrkes ved at begrænse udbredelsen af trusler, chikane og diskrimination på sociale medier. Institutet anbefaler:

- At befolkningens digitale dannelse styrkes ved gennemførelsen af en national handlingsplan, som har fokus på forskellige aldersgrupper (børn, unge, voksne og ældre), og som kan omfatte fx kampagner om digital adfærd og rettigheder, undervisning i grundskoler samt offentlig debat generelt.

KAPITEL 9

LITTERATUR

Amnesty International. (2018). **Toxic Twitter - A Toxic Place for Women**. Tilgængelig på: <https://www.amnesty.org/en/latest/research/2018/03/online-violence-against-women-chapter-1/> Besøgt 19. december 2018.

Amnesty International. (2018). **Troll Patrol Report**. Tilgængelig på: https://decoders.amnesty.org/projects/troll-patrol/findings?fbclid=IwAR2HBG71KFHBAbdTJGXAGZA9uHKcRAuBObiuA0GHbQQudU7GAfOqFpn95a8#inf_12 Besøgt 19. december 2018.

Aswad, Evelyn (2018). **The Future of Freedom of Expression Online**. *17 Duke Law & Technology Review* 26. Tilgængelig på: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3250950 Besøgt 21. marts 2019.

Cambridge (2019). **Human Rights in the Age of Platforms**. MA; MIT Press. Following.

Baumbach, Trine (2017). **Medieret, frihed og ansvar** (1. udgave ed.). København: Karnov Group.

Baumbach, Trine (2016). **Anonyme uredigerede debatindlæg - skal ingen bære ansvaret? Ikke Kun Retsfilosofi**. Djøf Forlag, 2016. s. 57-72.

Carlsson, Ulla & Weibull, Lennart (2017). **Yttrandefriheten i dagens mediekultur. En studie av medborgarnas uppfattning om yttrandefrihetens gränser**. Göteborg: Nordicom. Tilgængelig på: http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/publikationer-hela-pdf/yttrandefriheten_i_dagens_mediekultur.pdf

Deloitte Statsautoriseret Revisionspartnerselskab & Kraka (2018). **Small Great Nation**. Tilgængelig på: <https://sgnation.dk/> Besøgt 20. marts 2019.

Demos (2014). **Misogyny on Twitter**. Tilgængelig på: http://demosuk.wpengine.com/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf?1399567516 Besøgt 19. december 2018.

DR Medieforskning. **Medieudvikling 2017**. Tilgængelig på: <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/medieforskning/medieudviklingen/2017> Besøgt 19. december 2018.

DR Medieforskning. **Medieudvikling 2018**. Tilgængelig på: <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/medieforskning/medieudviklingen/2018> Besøgt 24. januar 2019.

Enroljas, Bernard, Karlsen, Rune, Steen-Johnsen, Kari og Wollebæk, Dag (2013). **Liker- liker ikke. Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet**. Cappelen Damm AS. 1. utgave, 2. opplag 2013.

European Institute for Gender Equality (EIGE) (2017). **Cyber violence against women and girls**. Tilgængelig på: <https://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/cyber-violence-against-women-and-girls> Besøgt 20. marts 2019.

European Union Agency for Fundamental Rights (2014). **Violence against women: an EU-wide survey. Main results**. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Tilgængelig på: <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/violence-against-women-eu-wide-survey-main-results-report> Besøgt 20. marts 2019.

Equinet. European Network of Equality Bodies (2018). **Equinet perspective. Extending the agenda. Equality bodies addressing hate speech**. Tilgængelig på: <http://www.equineteurope.org/Extending-the-Agenda-Equality-Bodies-addressing-Hate-Speech> Besøgt 20. marts 2019.

Eyben, Bo von, Isager, Helle (2015). **Lærebog i erstatningsret** (8. udgave 1. oplag 2015.). København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag

Facebook. **Fællesskabsregler**. Tilgængelig på: <https://da-dk.facebook.com/communitystandards/> Besøgt 11. december 2018.

Faris, Robert, Ashar, Amar, Gasser, Urs and Joo, Daisy (2016). **Understanding Harmful Speech Online**. Berkman Klein Center for Internet & Society at Harvard University. Networked Policy Series. Publication Series No. 2016-18.

FN's menneskerettighedskomite (HRC) (12. september 2011). **General comment no. 34, Article 19, Freedoms of opinion and expression**, CCPR/C/GC/34. Tilgængelig på: <https://www.refworld.org/docid/4ed34b562.html> Besøgt 10. december 2018

Hagen, Landsverk Aina (2015). **Meningers mot – netthatt og ytringsfrihet i Norge**. Cappelen Damm Akademisk. 1. utgave, 1. opplag 2015

Human Rights Council (2018). **Report of the Special Rapporteur on violence against women, its causes and consequences on online violence against women and girls from a human rights perspective**. 18. juni – 6. juli 2018. United Nations, General Assembly, Agenda Item 3.

Institut for Menneskerettigheder (2017). Zuleta, Lumi, Burkal, Rasmus, Birkelund Thomsen, Tine. **Hadefulde ytringer i den offentlige online debat**. København: Institut for Menneskerettigheder

Jakobsen, Søren Sandfeld (2017). **Ansvar og ytringsfrihed, Internetretten** (3. udgave, 1. oplag ed.). København: Ex Tuto Publishing A/S

Jakobsen, Søren Sandfeld (2019). **Misinformation ("fake news") i retlig belysning**. Juristen 2019.

Jakobsen, Søren Sandfeld, Schaumburg-Müller, Sten (2013). **Medieretten** (1. udgave, 1. oplag ed.). København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag

Jørgensen, Rikke Frank (2018). **Human Rights and Private Actors in the Online Domain**. New Technologies for Human Rights Law and Practice, 243-269.

Jørgensen, Rikke Frank, & Pedersen, Anja Møller (2017). Online Service Providers as Human Rights Arbiters. I Floridi, Luciano & Taddeo, Mariarosaria (Ed.), **The Responsibilities of Online Service Providers** (s. 179-199). Vol. 31. Cham. Schweiz: Springer

Kjølbro, Jon Fridrik (2017). **Den Europæiske menneskerettigheds konvention – for praktikere** (4. udgave, 1. oplag 2017). København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag

Kulturministeriet (2016). **Public service de næste 10 år. Rapport fra Public service-udvalget**. København: Rosendahls. Tilgængelig på: http://kum.dk/fileadmin/KUM/Documents/Publikationer/2016/Rapport_Public_service-udvalget.pdf

Laidlaw, Emily B., (2015). **Regulating speech in cyberspace: Gatekeepers, Human Rights and Corporate Responsibility**. Cambridge: Cambridge University Press.

Likestillings- og diskrimineringsombudet (2018). **Hatefulle ytringer i offentlig debat på nett**. Tilgængelig på: http://www.ldo.no/globalassets/03_nyheter-og-fag/publikasjoner/fb-rapport-2018/lto-fb_rapporten_2018.pdf

Pew Research Center (2017), **Online Harassment 2017**. Tilgængelig på: <http://www.pewinternet.org/2017/07/11/online-harassment-2017/>
Besøgt 20. marts 2019.

Reuters Institute for the Study of Journalism (2018). **Digital News Report 2018**. Tilgængelig på: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>

Rigsadvokaten (2018). **Hadforbrydelser (straffelovens § 266 b) – praksisoversigt.** Tilgængelig på: <https://vidensbasen.anklagemyndigheden.dk/h/6dfa19d8-18cc-47d6-b4c4-3bd07bc15ec0/VB/1e1adf9e-2343-4f5e-adc6-9e3a2c71d6a4>

Schrøder, Kim, Blach-Ørsten, Mark, & Eberholst, Mads Kæmsgaard (2018). **Danskernes Brug Af Nyhedsmedier 2018. (1. udg.).** Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet) Tilgængelig på: https://rucforsk.ruc.dk/ws/portalfiles/portal/62624831/Danskernes_brug_af_nyhedsmedier_2018.pdf)

SIRI-kommissionen (2019). **Ai, medier og demokrati. Sådan styrker vi vores demokratiske immunforsvar.** Tilgængelig på: <https://ida.dk/media/3441/ai-medier-og-demokrati-2019-siri-kommissionen.pdf>

Slots- og Kulturstyrelsen (2017). **Mediernes udvikling i Danmark. Brug af sociale medier i 2017.** Tilgængelig på: <https://slks.dk/mediernes-udvikling-2017/kort-nyt/brug-af-sociale-medier-i-2017/>

Slots- og Kulturstyrelsen (2017). **Mediernes udvikling i Danmark. Globaliseringen af den danske mediebranche.** Tilgængelig på: <https://mediernesudvikling.slks.dk/2017/specialrapporter/internationale-aktoerer/>

Slots- og Kulturstyrelsen (2018). **Mediernes udvikling i Danmark 2018. Internetbrug og enheder.** Tilgængelig på: https://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2018/Internetbrug_og_enheder/PDF-dokumenter_Internetbrug_og_enheder/Internetbrug_2018.pdf

Staksrud, E., Steen-Johnsen, K., Bernard, E., Gustafsson, M. H., Ihlebæk K. A., Midtbøen, A., Sætrang, S., Trygstad, S., Utheim, M. (2014). **Status for ytringsfriheten i Norge. Resultater fra befolkningsundersøkelsen 2014.** Oslo Fritt Ord, ISF, IMK, FAFO. Tilgængelig på: http://www.medienorge.uib.no/files/Eksterne_pub/Ytringsfrihet_i_Norge_Holdninger_og_erfaringer.pdf

Trzaskowski, Jan, et. al (2017). **Internetretten** (3. udgave, 1. opslag). København: Ex Tuto Publishing A/S

United Nations, General Assembly (2016). **The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet: draft resolution, A/HRC/32/L.20** (27 June 2016) Tilgængelig på: http://digitallibrary.un.org/record/845728/files/A_HRC_32_L-20-EN.pdf

United Nations, General Assembly (2018). **Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression.** Tilgængelig på: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> Besøgt 19. december 2018.

NYHEDSARTIKLER

Altinget. Kvalvik, Kristoffer (12. september 2017). **Fire ud af ti lokalpolitikere oplever chikane eller trusler.** Tilgængelig på: <https://www.alinget.dk/artikel/fire-ud-af-ti-lokalpolitikere-oplever-chikane-eller-trusler> Besøgt 19. december 2018.

Berlingske (17. januar 2018). **Ofre for krænkende Facebook-videoer kan gå rettens vej.** Tilgængelig på: <https://www.berlingske.dk/samfund/ofre-for-krænkende-facebook-videoer-kan-gaa-rettens-vej> Besøgt 28. marts 2019

B.T. (29. januar 2018). **Kendt DR-vært censureret af Facebook: Se opslaget, der fik ham blokeret.** Tilgængelig på: <https://www.bt.dk/danmark/kendt-dr-vaert-censureret-af-facebook-se-opslaget-der-fik-ham-blokeret> Besøgt 26. marts 2019

dr.dk (11. september 2016). **Folketingets formand: Facebook-censur er trussel mod ytringsfriheden.** Tilgængelig på: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/folketingets-formand-facebook-censur-er-trussel-mod-ytringsfriheden> Besøgt 26. marts 2019

Jyllands-Posten (20. februar 2018). **Blokeret i syv dage, fordi Facebook vurderer kritik af Iran som racisme.** Tilgængelig på: <https://jyllands-posten.dk/debat/blogs/jalehtavakoli/ECE10345801/blokeret-i-syv-dage-fordi-facebook-vurderer-kritik-af-iran-som-racisme/> Besøgt 16. marts 2019.

Medietrends. Birkemose, Jan (4. september 2018). **Burkaer, grænsebomme og danskhed storsejrer på Facebook.** Tilgængelig på: <https://www.medietrends.dk/2018/09/04/to-ud-af-tre-politiske-virale-hit-handler-om-udlaendinge/> Besøgt 12. marts 2019.

RETSKILDER

LOVE:

Straffeloven. Tilgængelig på: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=202516>

Medieansvarsloven. Tilgængelig på: <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=143047>

E-handelsloven. Tilgængelig på: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=25854>

Grundloven. Tilgængelig på: <http://grundloven.dk/>

DIREKTIVER:

Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel i det indre marked Tilgængelig på: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/ALL/?uri=CELEX:32000L003_1

DOMME:

Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol:

Case of Handyside v. The United Kingdom (Application no. 5493/72), 7. december 1976.

Case of Delfi As V. Estonia (Application no. 64569/09) 16. juni 2015

Den Europæiske Unions Domstol:

De forenede sager C-236/08-238/08, Google France og Google Tilgængelig på: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?oqp=&for=&mat=or&jge=&td=%3BALL&jur=C%2CT%2CF&num=C-236%252F08-238%252F08&page=1&dates=&pcs=Oor&lg=&pro=&nat=or&cit=none%252CC%252CCJ%252CR%252C2008E%252C%252C%252C%252C%252C%252C%252C%252Ctrue%252Cfalse%252Cfalse&language=da&avg=&cid=6455555>

C-234/09, L'Oréal m.fl. Tilgængelig på: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=da&num=C-234/09&td=ALL>

Danske domme:

UfR 2010.2085Ø

U 2014.73V

Retten i Hjørrings dom af 15. marts 2016. Tilgængelig på: <http://www.domstol.dk/hjoerring/nyheder/domsresumeer/Pages/Dagb%C3%B8derforovertr%C3%A6dels eafstraffelovens%C2%A7266b,stk1.aspx>

Københavns Byrets dom af 8. februar 2010 sagsnr. BS 5B-1946/2008.

Københavns Byrets dom af 13. maj 2016. Tilgængelig på: <http://www.domstol.dk/KobenhavnsByret/nyheder/domsresumeer/Pages/DomigidselsagenfraSomalia.aspx>

Østre Landsrets dom af 1. februar 2016 sagsnr. S-2812-15. Tilgængelig på: <https://www.domstol.dk/oestrelandsret/nyheder/domsresumeer/Pages/Domiensagomforh%C3%A5nendeogtruendeudtalelseroverforenbefolkningsgruppe.aspx>

Østre Landsrets dom af 19. juni 2017 sagsnr. S-324-17. Tilgængelig på: <https://vidensbasen.anklagemyndigheden.dk/h/6dfa19d8-18cc-47d6-b4c4-3bd07bc15ec0/VB/88af4c91-779e-479d-b284-8890fdd39fda>

Højesterets dom af 11. januar 2019 sagsnr. 159/2018. Tilgængelig på: <https://vidensbasen.anklagemyndigheden.dk/h/6dfa19d8-18cc-47d6-b4c4-3bd07bc15ec0/VB/60fb5938-b0a1-418d-8a02-85ce640bb81b>

Kendelser fra Pressenævnet:

Sagnr. 13-70-00489

Tilgængelig på: <https://www.pressenaevnet.dk/kendelser/business-dk-far-kritik-af-pressenaevnet-for-blogindlaeg/>

Sagnr. 16-70-01006

Tilgængelig på: <http://www.pressenaevnet.dk/kendelser/arkivbillede-indsat-i-kraenkende-sammenhaeng/>

Sagnr. 16-70-01020

Tilgængelig på: <https://www.pressenaevnet.dk/2016/facebook-side-ikke-anmeldt-debatindlaeg-skulle-ikke-bringes/>

Sagnr. 17-70-01099

Tilgængelig på: <https://www.pressenaevnet.dk/kendelser/pressenaevnet-behandler-ikke-klage-informations-facebook-side-ikke-anmeldt/>

Sagnr. 2018-80-0170

Tilgængelig på: <http://www.pressenaevnet.dk/wp-content/uploads/2018/09/Anonym-kendelse-0170.pdf?x78625>

Sagnr. 2018-80-0216

Tilgængelig på: <https://www.pressenaevnet.dk/wp-content/uploads/2018/11/Anonym-kendelse-0216.pdf?x78625>

Diverse

Endeligt svar på spørgsmål nr. 177 (Alm. del), som Folketingets Kulturudvalg har stillet til justitsministeren den 7. juni 2017

Tilgængelig på: <https://www.ft.dk/samling/20161/almdel/kuu/spm/177/svar/1417620/1775837/index.htm>

Vejledende regler for god presseskik

Tilgængelig på: <https://journalistforbundet.dk/presseetiske-regler>

REU, Alm. Del – 2018-19. Endeligt svar på spørgsmål 260

Tilgængelig på: <https://www.ft.dk/samling/20181/almdel/REU/spm/260/svar/1552787/index.htm>

- 1 Institut for Menneskerettigheder (2017).
- 2 En lignende undersøgelse fra Norge dokumenterer, at hver tiende kommentar er hadefuld. Både den danske og norske undersøgelse baserer sig på en kvantitativ indholdsanalyse af kommentarer indsamlet på de to største nyhedsmediers debatspor på Facebook. Hadefulde ytringer forstås i denne sammenhæng som både lovlige og ulovlige ytringer og er kendetegnet ved at være stigmatiserende, nedsættende krænkende, chikanerende og truende ytringer, der fremsættes offentligt mod et individ eller en gruppe baseret på individets eller gruppens køn, etnicitet, religion, handicap, seksuelle orientering, alder, politiske observans eller sociale status. For mere information: Institut for Menneskerettigheder (2017). Ligestillings- og diskrimineringsombudet (2018).
- 3 I denne undersøgelse svarer 59 pct. af de 2.305 respondenter, at de ofte eller af og til afholder sig fra at skrive en kommentar i en debat på Facebook på grund af tonen.
- 4 Vold mod kvinder anvendes i denne sammenhæng af specialrapportøren som begreb for den diskrimination, der er rettet mod kvinder, alene fordi de er kvinder. Se mere i: Human Rights Council (2018). **Report of the Special Rapporteur on violence against women, its causes and consequences on online violence against women and girls from a human rights perspective.** 18. juni - 6. juli 2018.
- 5 Human Rights Council (2018), s. 5.
- 6 Equinet. European Network of Equality Bodies (2018).
- 7 Ifølge analysen bruger 70 pct. af medierne sociale medier som publikationskanal og sociale medier vurderes også som vigtig i forhold til at skabe debat. Rapporten "Globaliseringen af den danske mediebranche", Slots- og kulturstyrelsen 2017 viser ligeledes, at Facebook er det foretrukne valg som distributionskanal og som kilde til information for læserne. Ifølge undersøgelsen står Facebook for 95 pct. af indgangstrafikken, det vil sige, når læseren kommer fra et socialt medie og klikker sig ind på et medies hjemmeside.
- 8 Rigsadvokaten (2018)
- 9 YouGov Panelet er et brugerpanel med mere end 70.000 danske brugere.
- 10 Facebook-brugere og brug af Facebook kan opgøres på mange forskellige måder. Vi gør brug af Danmarks Statistiks opgørelse og anvendelse af tal, som de er anvendt i: Slots- og Kulturstyrelsen (2017). **Brug af sociale medier i 2017.** Særkørsel fra Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016-2017. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

- 11 Slots- og Kulturstyrelsen (2018). **Mediernes udvikling i Danmark 2018. Internetbrug og enheder.** Tal fra Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016-2017. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.
- 12 Respondenterne har fået stillet spørgsmålet: "**Har du nogensinde skrevet en kommentar på Facebook? Med 'kommentar' mener vi, om du har skrevet et opslag eller en kommentar på din egen eller andres Facebook-sider. Vi mener altså ikke, om du blot har liket eller delt en kommentar eller et opslag i en debattråd.**" Er der svaret ja til dette og samtidigt også svaret ja til, at man typisk kommenterer på samfundsrelaterede emner (politiske debatter såsom arbejdsmarkedet, uddannelse, ligestilling mm.), så anser vi respondenterne, som at have deltaget i samfundsdebatter. Har respondenterne derimod angivet, at vedkommende typisk skriver lykønskninger eller kommenterer i forbindelse med begivenheder (fx en koncert), så anser vi respondenterne som ikke-aktiv i samfundsdebatten. Er der svaret nej, så er besvarelsen sorteret fra.
- 13 Se fx REU, Alm. del – 2018-19. Endeligt svar på spørgsmål 260; KUU, Alm. del – 2016-2017. Endeligt svar på spørgsmål 81; KUU, Alm. del – 2016-2017. Endeligt svar på spørgsmål 102.
- 14 Carlsson, Ulla & Weibull, Lennart (2017). **Yttrandefriheten i dagens mediekultur;** Jørgensen, Rikke Frank (2018). **Human Rights and Private Actors in the Online Domain.**
- 15 Jf. EMD, Handyside mod Storbritannien, afgørelse af 7. december 1976, app. nr. 5493/72, par. 49.
- 16 United Nations, General Assembly (2016). **The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet: draft resolution.** Geneva: UN, 27 June 2016.
- 17 United Nations, General Assembly (2018). **Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression.**
- 18 Jørgensen, Rikke Frank, & Pedersen, Anja Møller (2017). For en uddybning af forholdet mellem private virksomheder som Facebook og ytringsfriheden se mere hos Laidlaw, Emily B. (2015).
- 19 Læs mere om regulering af platforme hos fx Laidlaw, Emily B. (2015); Aswad, Evelyn Mary (2018); Cambridge (2019). Der henvises i øvrigt også til Justitsministeriets Ytringsfrihedskommission, som blandt andet behandler spørgsmålet om sociale medier og massemedier i relation til ytringsfriheden. Kommissionens betænkning forventes offentliggjort i løbet af 2019.
- 20 Carlsson, Ulla & Weibull, Lennart (2017). **Yttrandefriheten i dagens mediekultur.**
- 21 Kulturministeriet (2016). **Public service de næste 10 år. Rapport fra Public service-udvalget,** s. 28.
- 22 DR Medieforskning. **Medieudvikling 2017.** DR Medieforsknings årlige rapport om udviklingen i danskernes brug af elektroniske medier.
- 23 DR Medieforskning. **Medieudvikling 2018.**
- 24 Reuters Institute for the Study of Journalism (2018). **Digital News Report 2018.**
- 25 Kulturministeriet (2016). **Public service de næste 10 år. Rapport fra Public service-udvalget,** s. 28.

- 26 DR Medieforskning. **Medieudvikling 2018**, s. 15.
- 27 Institut for Menneskerettigheder (2017).
- 28 Gennemgangen tager udgangspunkt i 4.400 opslag gennem 12 måneder fra de ti politiske partier. Medietrends (2018).
- 29 Enroljas, Bernard, Karlsen, Rune, Steen-Johnsen, Kari og Wollebæk, Dag (2013), s. 125.
- 30 Rapporten **Danskernes brug af nyhedsmedier** (Schrøder, Kim et. al, 2018) viser, at 28 pct. af de 18-24-årige betegner sociale medier som deres vigtigste nyhedskilde mod kun 4 pct. af de 55+-årige.
- 31 Demos (2014); European Union Agency for Fundamental Rights (2014); Hagen, Landsverk Aina (2015); Faris, Robert, Ashar, Amar, Gasser, Urs and Joo, Daisy (2016); Altinget (2017); Institut for Menneskerettigheder (2017); Amnesty International (2018). **Toxic Twitter – A Toxic Place for Women**; Amnesty International (2018). **Troll Patrol Report**; Deloitte Statsautoriseret Revisionspartnerselskab & Kraka (2018); Ligestillings- og diskrimineringsombudet (2018).
- 32 Pew Research Center (2017). **Online Harassment**.
- 33 Staksrud, E., Steen-Johnsen, K., Bernard, E., Gustafsson, M. H., Ihlebæk K. A., Midtbøen, A., Sætrang, S., Trygstad, S., Utheim, M. (2014). **Status for ytringsfriheten i Norge. Resultater fra befolkningsundersøgelsen 2014**.
- 34 Deloitte Statsautoriseret Revisionspartnerselskab & Kraka (2018).
- 35 Institut for Menneskerettigheder (2017). **Hadefulde ytringer i den offentlige online debat**.
- 36 Den tendens dokumenteres også i instituttets rapport om den offentlige debat online Indholdsanalysen viser, at 31 pct. af de hadefulde kommentarer er rettet mod politisk holdning.
- 37 At kvinder er en udsat gruppe hvad angår chikane og diskrimination på internettet er blandt andet belyst af EIGE (2017) i **Cyber violence against women and girls**; Human Rights Council (2018) i **Report of the Special Rapporteur on violence against women, its causes and consequences on online violence against women and girls from a human rights perspective**; Amnesty International (2017) i **Toxic Twitter – A Toxic Place for Women**; Staksrud, E., Steen-Johnsen, K., Bernard, E., Gustafsson, M. H., Ihlebæk K. A., Midtbøen, A., Sætrang, S., Trygstad, S., Utheim, M. (2014) i **Status for ytringsfriheten i Norge. Resultater fra befolkningsundersøgelsen 2014**.
- 38 Blandt andet FN's konvention om borgerlige og politiske rettigheder (ICCPR) artikel 19, Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder (EU-charteret) artikel 11, der som udgangspunkt skal forstås i overensstemmelse med EMRK artikel 10, jf. charterets artikel 52, stk. 1.
- 39 EMRK artikel 10 omfatter meningsfrihed og frihed til at modtage eller meddele oplysninger eller tanker uden indblanding fra offentlig myndighed og uden hensyn til landegrænser. Retten til informations- og ytringsfrihed er ikke en absolut rettighed, idet der i visse tilfælde kan foretages indgreb i retten til informations- og ytringsfrihed. Det forudsætter, at betingelserne i EMRK artikel 10, stk. 2, er opfyldt – nemlig krav om lovhjemmel, anerkendelsesværdigt formål og proportionalitet.

- 40 Jf. fx UfR 1994.988H (Svend Aukens have).
- 41 Se fx DR's programrække "Ti stille, kvinde" fra 2014, Altingets rundspørge blandt lokalpolitikere fra september 2017 og Berlingskes artikelserie "Chikane mod politikere" fra februar 2019.
- 42 United Nations, General Assembly (2018). Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression
- 43 Det har blandt andet været tilfældet for radio- og tv-vært Abdel Aziz Mahmoud (B.T., 2018), debattør og blogger Jaleh Tavakoli (Jyllands-Posten, 2018) og formand for Folketinget Pia Kjærsgaard (dr.dk, 2016).
- 44 IDA Analyse, i AI, demokrati og sociale medier. Sådan styrker vi vores demokratiske immunforsvar. SIRI-kommissionen (2019) s.43-44.
- 45 Globaliseringen af den danske mediebranche. Slots- og kulturstyrelsen 2017, side 113.
- 46 Samme problemstillinger kan overføres til det brugergenerede indhold på mediernes egne hjemmesider, men da fokus her er på det brugergenerede indhold på nyhedsmediernes Facebook-sider, behandles forholdet for nyhedsmediernes egne hjemmesider ikke yderligere.
- 47 Derudover anvendes straffelovens 81 i, når den pågældende er idømt et ansvar, og domstolene skal udmåle en passende straf. Efter straffelovens § 81, nr. 7, anses det således for en straffskærpende omstændighed, hvis en lovovertrædelse har baggrund i den forurettedes lovlige ytringer i den offentlige debat. Se dom af den 12. august 2016 fra retten i Sønderborg, hvor en mand blev dømt for trusler og vidnetrusler mod et folketingsmedlem. Truslen skete via Facebook i kølvandet på, at folketingsmedlemmet på sin Facebook-profil skrev: "Findes der noget bedre end barsel med en nyfødt? Det skulle da lige være TV2 NEWS kørende i baggrunden, hvor politiet gennemsmadrer hashboder på Christiania! I love it." Manden skrev herefter blandt andet, at "du leger med dit og dit barns liv", og "jeg kan godt forstå, hvis nogen vil stikke en kniv i dig og din baby". Byretten lagde altså vægt på, at truslen var en reaktion på en lovlig ytring fra folketingsmedlemmet, da de vurderede straffens udmåling, jf. straffelovens § 81, nr. 7.
- 48 Se Højesterets dom af 11. januar 2019.
- 49 Jf. UfR 2010.2085Ø.
- 50 Se U.2014.73V.
- 51 Se retten i Hjørrings dom af 15. marts 2016.
- 52 Rigsadvokaten (2018).
- 53 Se Østre Landsrets dom af 19. juni 2017.
- 54 Eyben, Bo von, Isager, Helle (2015), side 85. Udgangspunktet efter dansk rets almindelige regler, er at der foreligger culpa (Culpa = skyld).
- 55 Se Højesterets dom af 11. januar 2019.
- 56 Sociale medier som fx Facebook fjerner selv ulovligt såvel som lovligt indhold fra deres platform under henvisning til deres egne fællesskabsregler. Dette område kommer vi dog ikke nærmere ind på i denne rapport.
- 57 Se REU, Alm. Del – 2018-19. Endeligt svar på spørgsmål 260.

- 58 Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel i det indre marked.
- 59 I relation til e-handelsloven skal sociale medier forstås som en udbyder af en tjeneste, idet de sætter en kommunikationsplatform til rådighed. Medier, som anvender sociale medier til formidling af deres nyheder, kan anses for at være både tjenestemodtagere i forhold til det sociale medier og tjenesteudbydere i forhold til deres brugere, som deltager i kommentarsporet. Brugere, som læser og kommenterer er udelukkende tjenestemodtagere i forhold til e-handelsloven.
- 60 Trzaskowski, Jan, et. al (2017), side 674.
- 61 De forenede sager C-236/08-238/08, Google France og Google, præmis 114 og 116, og C-234/09, L'Oréal m.fl., præmis 115, og betragtning 42 i direktivet.
- 62 Jakobsen, Søren Sandfeld (2019), side 48.
- 63 Jakobsen, Søren Sandfeld (2019), side 48.
- 64 Jakobsen, Søren Sandfeld (2019), side 48.
- 65 Jf. Københavns byrets dom af 8. februar 2010 i sag nr. BS 5B-1946/2008, som omhandlede en sag, hvor erotiske billeder blev gjort tilgængelige på internettjenesten Connery.dk uden fotografens samtykke. Byretten fandt, at Connery.dk ikke var ansvarsfri efter e-handelslovens § 16, og henviste til at Connery.dk selv havde opfordret brugerne til at lægge de erotiske billeder ud på hjemmesiden.
- 66 Jakobsen, Søren Sandfeld (2019), side 48.
- 67 Trzaskowski, Jan, et. al (2017), side 670.
- 68 Anonyme uredigerede debatindlæg – skal ingen bære ansvaret? Trine Baumbach, Festskrift til Sten Schaumburg-Müller (2016), side 60.
- 69 Medvirkensansvar indenfor erstatningsretten kaldes også forhold, hvor der er flere erstatningsansvarlige, jf. Eyben, Bo von, Isager, Helle (2015), kapitel 16.
- 70 Trzaskowski, Jan, et. al (2017), side 669.
- 71 Trzaskowski, Jan, et. al (2017), side 669.
- 72 Jf. artikel om ofre for krænkende Facebook-videoer kan gå rettens vej.
- 73 Nogle mener sågar at de også bør kunne ifalde et strafferetligt medansvar.
- 74 Søren Sandfeld Jakobsen og Sten Schaumburg-Müller: Medieretten, Jurist og Økonomforbundets forlag (2013), side 336, og endeligt svar på spørgsmål 177 (Alm. Del), som Folketingets Kulturudvalg har stillet til justitsministeren den 7. juni 2017.
- 75 Jan Trzaskowski m.fl.: Internetretten, Ex Tuto Publishing A/S (2017), side 687.
- 76 Med objektivi ansvar forstås ansvar uden at have handlet forsætligt eller culpøst.
- 77 Pressenævnet er et uafhængigt tvistorgan, som har til opgave at træffe afgørelse i klagesager om danske medier. Pressenævnet træder som udgangspunkt kun i funktion, når der klages, men kan i særlige tilfælde tage sager op af egen drift.
- 78 Jf. medieansvarslovens § 8, stk. 1.
- 79 Jf. medieansvarslovens § 1, nr. 3.

- 80 Pressenævnet kan ikke pålægge straf, erstatning eller godtgørelse, men alene udtale kritik af et medie og kræve, at et medie bringer et genmæle og offentliggør Pressenævnets kritik på en nærmere angiven måde.
- 81 De presseetiske regler er et fagligt-etisk regelsæt, som på en række punkter stiller krav til medierne omfattet af medieansvarsloven, og som dermed skal ses i sammenhæng med, at medierne nyder særlige privilegier, som den udvidede informations- og ytringsfrihed. God presseskik er ikke defineret i nogen lov, men er en såkaldt "retlig standard", som også kan beskrives som god handlemåde.
- 82 Jf. sagsnummer: 16-70-01006, sagsnummer: 16-70-01020 og sag nr. 2018-80-0170.
- 83 Et eksempel herpå er dommen fra Københavns Byret, hvor et nyhedsmedie og dets chefredaktør blev dømt til at betale tortgodtgørelse til to søfolk efter erstatningsansvarslovens § 26 for en retsstridig krænkelse i forbindelse med blandt andet Ekstra Bladets Facebook-sides pressedækning (visning af billeder og oplysninger af privat karakter), da søfolkene sad i fangenskab som gidsler i Somalia. Ekstrabladets Facebook-side var ikke tilmeldt Pressenævnet, og hvorfor sagen blev vurderet efter lovgivningens almindelige regler. Se Københavns Byrets dom af 13. maj 2016.
- 84 Se sagsnummer 13-70-00489.
- 85 Det forudsættes, at nyhedsmedier opfylder betingelserne efter medieansvarslovens § 1, nr. 3, om at udgive indhold, som er periodisk, henvender sig til offentligheden og leverer nyhedsformidling, som kan ligestilles med formidlingen fra radio og TV.
- 86 Dansk Journalistforbund og Danske Medier: Vejledende regler for god presseskik, side 8 og 15 i Guide presseetiske regler 2013.
- 87 Se sagsnummer: 2018-80-0170.
- 88 Se sagsnummer: 2018-80-0170.
- 89 Se sagsnummer: 17-70-01099.
- 90 Se sagsnummer: 2018-80-0216.
- 91 Det strafferetlige medvirkensansvar gælder for alle straffebestemmelser, det vil sige både bestemmelser i straffelovgivningen og i speciallovgivningen. Medmindre andet er fastsat i den pågældende bestemmelse, så følger tilregnelseskravet for den medvirkende det samme tilregnelseskrav som den pågældende forbrydelse, jf. straffelovens § 19.
- 92 Baumbach, Trine (2016), side 60.
- 93 Endeligt svar på spørgsmål 177 (Alm. Del), som Folketingets Kulturudvalg har stillet til justitsministeren den 7. juni 2017.
- 94 Se dom fra EMD, Delfi AS mod Estland, dom af 16. juni 2015, app. no. 64569/09.
- 95 Se dom fra EMD, Delfi AS mod Estland, dom af 16. juni 2015, app. no. 64569/09.

INSTITUT FOR
MENNESKE
RETTIGHEDER