



Fremsat den 30. oktober 2020 af Karina Lorentzen Dehnhardt (SF), Lisbeth Bech-Nielsen (SF) og Jacob Mark (SF)

Forslag til folketingsbeslutning

om ny lov om digital børnebeskyttelse, som beskytter børns færden på internettet

Folketinget pålægger regeringen senest ved udgangen af februar måned 2021 at nedsætte en arbejdsgruppe, som skal undersøge og udarbejde forslag til indholdet i en ny lov om digital børnebeskyttelse, som skal medvirke til at sikre, at

børn kan færdes trygt på internettet. Arbejdsgruppen skal have færdiggjort sit arbejde efter et år, hvorefter regeringen skal indkalde til politiske forhandlinger om oplægget fra arbejdsgruppen.

Bemærkninger til forslaget

Ifølge statsminister Mette Frederiksen (S) skal Danmark være verdens bedste land at være barn i.

Forslagsstillerne mener, at det kræver, at vi i højere grad tager børns trivsel alvorligt og bl.a. sætter en ramme for, hvad techgiganter, virksomheder, spilproducenter m.fl. må udbyde til børn på de digitale og sociale medier. Danmark skal være et foregangsland i verden for, hvordan vi passer på børnene i en digital verden.

Forslagsstillerne finder, at afhængighedsskabende sociale medier som f.eks. Snapchat, der via særlige funktioner som »streaks« kan fastholde typisk børn og unge i dagligt at bruge Snapchat, kalder på, at samfundet er bevidst om vigtigheden af digital dannelse i skolen og forældrenes ansvar for at sætte rammer og guide deres børn. Forslagsstillerne finder dog også, at det er på tide, at samfundet understøtter forældrenes arbejde ved at lovgive om, hvordan it-produkter, herunder også digitale og sociale medier, indrettes, så børnene bliver beskyttet mod skadeligt indhold.

Forslagsstillerne foreslår, at der vedtages en lov om digital børnebeskyttelse, hvori der stilles krav til digitale udbydere af tjenester, medier, apps, spil og hjemmesider til børn og unge, således at det sikres, at de medvirker til, at internettet bliver et trygt sted for børn at være. Det foreslås endvidere, at digitale udbydere, der har børn som målgruppe, pålægges et juridisk bindende ansvar for, at deres tjeneste er tilpasset, så børn i forskellige aldersgrupper kan bruge tjenesten sikkert, og at konceptet »safety by design« indbygges i produkterne for at forebygge, at børn udsættes for skadeligt eller ulovligt indhold og markedsføring.

En lov om digital børnebeskyttelse bør gælde alle udbydere af informationssamfundstjenester og alle, der udbyder onlineprodukter eller -tjenester, som behandler personlige data, hvis det kan sandsynliggøres, at børn bruger deres tjeneste.

Forslagsstillerne foreslår, at der nedsættes en arbejdsgruppe, der skal komme med forslag til, hvad en lov om digital børnebeskyttelse med fordel kan indeholde, så den i videst muligt omfang sikrer, at børn trygt kan færdes på internettet. Arbejdsgruppen skal blandt andet undersøge, hvilke konkrete elementer af det amerikanske lovforslag KIDS Act (KIDS Act, S. 3411 — 116th Congress (2019-2020)) og Djøf's techkommission (TechDK Kommissionen, www.djoef.dk/tema/teckdk-kommission.aspx), der kan indgå i en lov om digital børnebeskyttelse.

Forslagsstillerne konstaterer, at Folketinget den 12. maj 2020 førstebehandlede forslaget B 116 om forslag til folketingsbeslutning om tydeliggørelse af sociale mediers ansvar i forhold til at fjerne ulovligt indhold (B 116, folketingsåret 2019-2020). Forslagsstillerne bemærker desuden, at der den 2. juni 2020 blev vedtaget en vedtagelsestekst, V 75, om sociale medier og ytringsfrihed under Folketingets forhandling af forespørgslen V 35 om sociale medier og ytringsfrihed. For vedtagelsen stemte et flertal bestående af S, V, DF,

RV, SF, KF, LA, ALT og Susanne Zimmer (UFG). Det følger blandt andet af vedtagelsesteksten, at Folketinget noterer sig, at de store sociale medieplatforme skal mødes med krav bl.a. til fjernelse af ulovligt indhold og til begrundelse og anvisning af klageadgang ved fjernelse af konkret indhold og blokering af profiler.

Herudover bemærker forlagsstillerne, at der med vedtagelsen af lov nr. 805 af 9. juni 2020 om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed og lov om film (Gennemførelse af direktivet om audiovisuelle medietjenester m.v.), som trådte i kraft den 1. juli 2020, vil blive stillet krav til danske tv-kanaler og streamingtjenester. De nye krav vil bl.a. betyde bedre beskyttelse af børn mod skadeligt indhold, så forældre kan være trygge ved, at deres børn ser fjernsyn.

Endelig noterer forlagsstillerne, at regeringen har nedsat to tværministerielle arbejdsgrupper om henholdsvis regulering af sociale medier og børn og unges digitale liv og dannelse. Arbejdsgruppen om regulering af sociale medier skal bl.a. se på mulige konkrete initiativer og løsningsmodeller angående regulering af indhold på og ansvar i forhold til sociale medier. Arbejdsgruppen om børn og unges digitale liv og dannelse skal bl.a. se på mulige initiativer i forhold til at styrke børn og unges digitale liv og skabe bedre sikkerhed for børn og unge på digitale medier. Sidstnævnte arbejdsgruppe vil blandt andet overveje mulige tiltag til at begrænse børn og unges eksponering for skadeligt indhold. Begge arbejdsgrupper forventes at afslutte deres arbejde i løbet af efteråret 2020, hvorefter der skal være en politisk drøftelse af de mulige initiativer med Folketingets partier.

Forslagsstillerne foreslår, at følgende elementer skal indgå i en ny lov om digital børnebeskyttelse, hvor arbejdsgruppen skal undersøge og komme med forslag til, hvordan og på hvilken måde de forskellige elementer kan indgå i loven:

- Adfærdsdesign målrettet børn under 18 år skal forbydes. Det betyder, at elementer i it-produkter til børn, som hele tiden »nudger« børn til at være på, skal stoppes. Det betyder, at f.eks. autoplay skal forbydes, og at børn heller ikke må »nudges« til at afgive data, og at disse ikke må opsamles til at sætte endnu mere raffineret ind over for børn, ligesom features ikke må designes, så de opmuntrer til at bruge mere tid, flere penge eller lign.
- Produkter til børn skal designes efter privacy by design og »opt-in-modeller« og ikke »opt-out«. Det betyder, at alle datasamlende informationer fra starten skal være slået fra i børneprodukter, og at barnet sammen med sine forældre aktivt skal slå dem til og give tilladelse til dem.
- Der skal tages foranstaltninger, som sikrer, at børn ikke udsættes for voldeligt indhold, selvskadebilleder og børneporno, og det skal overvejes, om det skal gøres til en skærpende omstændighed at vise indholdet. Herunder skal aldersverificering inddrages.
- I den fysiske verden skal markedsføring, der er rettet

mod børn og unge under 18 år, leve op til særligt skærpede krav. Reglerne skal beskytte de ofte ukritiske og uerfarne unge forbrugere mod påvirkninger, der kan være skadelige. Det skal undersøges, hvordan der kan laves regler, som er effektive på de digitale medier, og hvordan de håndhæves korrekt (»Markedsføring over for børn og unge«, Forbrugerombudsmanden.dk).

Arbejdsgruppen skal endvidere komme med forslag til sanktioner, hvis man bryder loven, og forslag til, hvordan der kan føres tilsyn med, at reglerne overholdes. Djøf's techkommission foreslår f.eks. et platformsnævn (»TechDK Kommissionens 3. rapport: Kultur«, TechDK Kommissionen, 2020).

Endelig skal arbejdsgruppen vurdere de økonomiske konsekvenser og evt. juridiske problemstillinger, som vil være forbundet med en ny lov om digital beskyttelse af børn. Arbejdsgruppen kan f.eks. bestå af repræsentanter for Børns Vilkår, Djøf's techkommission m.fl.

Arbejdsgruppen skal have færdiggjort sit arbejde efter 1 år, hvorefter forslagsstillerne foreslår, at regeringen indkalder til politiske forhandlinger om oplægget fra arbejdsgruppen.

Baggrund

Kortlægning fra VIVE om børns og unges trivsel og brug af digitale medier

En kortlægning fra VIVE viser, at børn og unge mellem 12-18 år bruger internettet på en anden måde end voksne, og at forbruget stiger med alderen (»Børns og unges trivsel og brug af digitale medier – to analysenotater«, VIVE, 2020). Børn og unge bruger internettet mere til at chatte (92 pct.), være på de sociale medier (91 pct.) og surfe som underholdning eller tidsfordriv (89 pct.). Børn og unge bruger også hyppigere end voksne internettet til at se tv, spille spil og til telefoni (Slots- og Kulturstyrelsen, 2019).

Ifølge VIVE er der følgende fund blandt de 11-15-årige:

- »21-29 pct. oplyser, at de jævnligt har oplevet, at de hele tiden tænker på, hvornår de næste gang kan komme på de sociale medier – piger lidt hyppigere end drenge.
- 9-19 pct. føler sig ofte utilpas, fordi de ikke kan komme til at bruge de sociale medier – piger lidt hyppigere end drenge.
- 17-40 pct. har forsøgt at bruge mindre tid på de sociale medier, uden at det lykkedes – piger dobbelt så hyppigt som drenge.
- Få, dvs. ca. 10 pct. eller færre, har jævnligt a) fravalgt andre aktiviteter (f.eks. fritidsinteresser og sport), fordi de gerne ville på de sociale medier; b) haft konflikter med deres forældre eller søskende på grund af deres brug af de sociale medier; c) løjet om, hvor meget tid de bruger på de sociale medier.
- 24-42 pct. anvender ofte de sociale medier for at glemme negative følelser – piger næsten dobbelt så hyppigt som drenge samt hyppigere børn fra lavere socialgrupper.«

Undersøgelse fra Børns Vilkår

Børns Vilkår udgav i 2020 rapporten »Køn, Krop og digital adfærd«, som bl.a. bygger på børns og unges egne henvendelser til BørneTelefonen og på en større spørgeskemaundersøgelse i Børns Vilkårs Skolepanel, som omfatter 1.820 skoleelever i 6. og 9. klasse.

Rapporten finder, at »(...) særligt pigers adfærd er styret af adfærdsdesign og vanedannende normer på sociale medier. Op til 68 pct. af de adspurgte børn mener f.eks., at man bør svare på en besked, så snart den står som læst. Omkring halvdelen af pigerne har fjernet billeder, fordi det ikke fik nok likes, hjerter eller kommentarer, og hver tredje pige redigerer altid, tit eller en gang imellem deres billeder, inden de uploades«.

Desuden viser undersøgelsen, at 97 pct. af skoleelever i 9. klasse og 93 pct. af skoleelever i 6. klasse er på det sociale medie Snapchat, hvor de især bruger funktionen snapstreak. Snapstreak betyder, at to personer skal sende hinanden snaps (billeder) hver dag, hvorefter de belønnes med forskellige emojis – alt efter, hvor mange dage i træk de har sendt billeder. Er der bare 1 dag, hvor en af parterne ikke får sendt et foto, slutter streaken.

Snapstreak fungerer på en måde, så brugeren fastholdes i dagligt at bruge Snapchat. Ifølge rapporten fra Børns Vilkår får nogle børn og unge andre børn og unge til at passe deres snapchatkonto for at undgå at miste streaks, når de ikke selv har tid eller mulighed. Det gjaldt især piger i 9. klasse, hvor 63 pct. har prøvet at få en anden til at passe deres streaks.

Med afsæt i undersøgelsen anbefaler Børns Vilkår at fjerne digitalt adfærdsdesign, der forudsætter en norm om daglig tilgængelighed blandt børn og unge under 18 år.

Forældrenes rolle

Ifølge Stine Bosse, formand for Djøf's techkommission, handler det dog ikke kun om forældres ansvar i forhold til at opdrage børn og unge til at kunne begå sig på internettet, men også om behovet for lovgivning på området:

»Jeg tror, det er både-og i det her tilfælde. Det er klart, at det er en forældreopgave, og det handler også om den opdragelse, man får i skolen, men jeg tror, at det også er nødvendigt med lovgivning på området. Der er for store interesser på spil til, at jeg tror på, at det kan være baseret på frivillighed«.

»Vi må slet og ret konstatere, at børn er efterladt alene på nettet. Børn er bedre til at trykke på knapperne end os voksne, der også skal lære at navigere i den virtuelle verden, men børnene er på bar bund, når det kommer til at færdes online. Da vi bruger mere og mere tid online, så haster det med, at der kommer lovgivning på området.« (»Stine Bosse med klar appel til børnenes statsminister: Vi skal have en lov om digital børnebeskyttelse«, Berlingske.dk, 20. juni 2020).

Djøf's techkommission

Djøf's techkommission har fremlagt en række bud på, hvordan vi beskytter børn og unge på nettet, og som skal være omdrejningspunktet for en ny lov om digital dannel-

se (»TechDK Kommissionens 3. rapport: Kultur«, TechDK Kommissionen, 2020):

Ifølge Djøf's techkommission bør der være lovmæssig forpligtelse til:

- ikke at benytte mørke mønstre (det vil sige designfunktioner, der har til hensigt at få barnet til at købe eller gøre ting, som det ikke havde til hensigt til at begynde med) eller anden skjult manipulation med henblik på at øge børns forbrug. Manipulation kan forstås som designstrategier, produktindstillinger og produktarkitektur målrettet kognitive sårbarheder med det formål eller den virkning at skubbe barnet til at træffe valg, som ikke er i barnets bedste interesse, men som er til gavn for operatøren.
- at foretage seriøse og robuste aldersverificeringer på alle apps og sites, som børn bruger – eller potentielt bruger. Aldersverificeringen skal gælde både i forhold til upload og download af indhold. Aldersscreeningen bør matche den, vi kender fra eksempelvis alkohol- og tobakssalg.
- at sikre maksimale standardindstillinger for privacy. Alt skal være »opt-out« som default.
- at afskaffe den funktion, der sørger for, at der automatisk spilles en ny video, når man f.eks. har set en video på YouTube til ende, idet den både fastholder børnene til skærmen og kan føre børnene ganske langt fra det oprindelige udgangspunkt.
- ikke at eksponere for, promovere eller opmuntre til at se, dele eller forbruge indhold, som involverer pornografi, fysiske eller følelsesmæssige krænkelser (herunder mobning) og gambling eller nogen former for skjult reklame. Generelt skal det gælde, at firmaer, der konsekvent tillader mindreårige brugere, selv om dette strider mod lovgivning eller virksomhedernes terms of service, skal straffes med markante bøder på op til 50.000 kr. pr. mindreårig bruger.

Listen for indhold i TechDK Kommissionens forslag til en digital børnelov er ikke udtømmende, og kommissionen foreslår, at man nedsætter en arbejdsgruppe.

Amerikansk lovforslag om beskyttelse af børns interesser på internettet

I USA er der i maj 2020 fremlagt et lovforslag med titlen »Kids Internet Design and Safety Act«, som skal beskytte børn og deres interesser på nettet (KIDS Act, S. 3411 – 116th Congress (2019-2020)).

Ifølge lovforslaget forbruger børn i stigende grad digitalt indhold og er derfor særligt udsatte for manipulation på grund af deres manglende erfaring og udvikling. Det følger ligeledes af lovforslaget, at de digitale produkter, som børn ofte bruger, er designet til, at børn interagerer med indholdet på en måde, som alene er i platformenes og virksomhedernes interesse.

Indhold og algoritmer på internettet bliver designet og tilpasset det enkelte barn for at øge barnets interaktion med og brug af produkterne, ligesom flere selskaber indsamler, analyserer og bruger data til at målrette reklamer mod

børn. Samtidig udsættes børn i stor stil for reklamer f.eks. via influencere eller »native advertising«. I disse tilfælde er indholdet markedsføring, der dog præsenteres i »forklædning«, således at det passer til det pågældende medie og er svært at afkode som betalt indhold, der skal påvirke brugeren i en bestemt retning. På den baggrund indeholder lovforslaget »Kids Internet Design and Safety Act« forslag om følgende forbud:

Forbud mod at indarbejde følgende funktioner:

- enhver form for indstilling til automatisk afspilning, som, uden at barnet har valgt det, afspiller nyt indhold direkte og i forlængelse af det indhold, barnet oprindeligt valgte.
- enhver form for pushbesked, der nøder barnet til at bruge mere tid på platformen, når barnet ikke aktivt bruger den.
- visning af antallet af positive reaktioner eller kommentarer, som brugeren har fået fra andre brugere.
- enhver form for funktion eller indstilling, der på urede- lig vis og på grund af brugerens alder og manglende erfaring får brugeren til at foretage køb, uploade indhold eller bruge mere tid på platformen.
- enhver form for funktion, der tildeler brugeren badges eller andre synlige symboler på belønning, der er baseret på større aktivitet på platformen.

Forbud mod at udsætte børn for bestemte typer indhold og rapporteringsmekanisme til brugere

Forbud mod:

- at forstærke brugen af, promovere eller opfordre til brug af indhold eller videoer, der indeholder seksuelt materiale; videoer, der viser psykisk eller fysisk vold eller mobning; voksenaktiviteter, herunder gambling, og andet indhold, som er farligt, krænkende, udnyttende eller rent kommercielt. Der foreslås krav om, at der indføres en mekanisme, så det er muligt for brugere at foretage anmeldelse i tilfælde af mistanke om overtrædelse af de angivne krav.

Forbud mod visse markedsføringsmetoder

Forbud mod:

- host-selling, dvs. at en vært fra børne-tv fremhæver eller reklamerer for produkter eller ydelser.
- at udsætte barnet for tv-reklamer maskeret som tv-programmer f.eks. et fjernsynsprogram for børn, som indeholder reklame for et produkt.
- enhver form for betalt indhold, som barnet ikke er i stand til entydigt at identificere og/eller bedømme som værende markedsføring (herunder »branded content« og »native advertising«).
- direkte online markedsføring eller materiale med et stort kommercielt indhold, der involverer alkohol, nikotin eller tobak rettet mod børn.
- at udsætte barnet for online markedsføring eller materiale med et stort kommercielt indhold, som indeholder indbyggede interaktive elementer, der udnytter barnets

- manglende erfaring eller godtroenhed i ikke-kommercielt indhold rettet mod børn.
- indhold med »product placement«.

Forbud mod brug af personlige data

Forbud mod:

- at bruge data indsamlet fra brugere til aldersverifikation til et hvilket som helst kommercielt formål.

Endelig fremsættes der forslag om, at der gennemføres årlige tilsyn på området.

Skriftlig fremsættelse

Karina Lorentzen Dehnhardt (SF):

Som ordfører for forslagsstillerne tillader jeg mig herved at fremsætte:

Forslag til folketingsbeslutning om ny lov om digital børnebeskyttelse, som beskytter børns færden på internettet.

(Beslutningsforslag nr. B 54)

Jeg henviser i øvrigt til de bemærkninger, der ledsager forslaget, og anbefaler det til Tingets velvillige behandling.