

Retten til eget bilde (åndsverkloven § 45c)
- Avbildedes rett i forhold til media og de nye medier,
med hovedfokus på nettpublisering



Universitetet i Oslo
Det juridiske fakultet

Kandidatnummer: 670
Leveringsfrist: 26. April 2010

Til sammen 16 182 ord

26.04.2011

Innholdsfortegnelse

<u>1</u>	<u>INNLEDNING</u>	<u>1</u>
1.1	Tema og problemstillinger	1
1.2	Aktualitet	1
1.3	Avgrensning	4
1.4	Metode og rettskilder	5
<u>2</u>	<u>ÅVL § 45C</u>	<u>5</u>
2.1	Bestemmelsen	5
2.2	Personvern og ytringsfrihet	7
2.3	Legislative hensyn	8
2.4	Lovens Hovedregel	9
2.4.1	”Fotografi som avbilder en person”	10
2.4.2	”Gjengis eller vises offentlig”	11
2.4.3	Samtykke	13
2.4.3.1	Publisering på nett - implisitt samtykke?	16
2.4.3.2	Mindreårige(gråsone)	18
2.4.3.3	Bildet inneholder personopplysninger: samtykke etter personopplysningsloven	20
2.4.3.4	Tilbakekall av samtykke og avtalesensur	20
2.5	Særskilt oppregnende unntak	24
2.5.1	Aktuell og allmenn interesse	25
2.5.2	Avbildningen er mindre viktig enn hovedinnholdet i bildet	30
2.5.3	Offentlige begivenheter av allmenn interesse	32
2.5.4	Reklame for fotografens virksomhet	33
2.5.5	Bildet brukes som omhandlet i § 23 tredje ledd eller § 27 andre ledd	33

2.6	Reservasjoner.....	33
3	<u>LOVENS UTFORDRINGER/BEGRENSNINGER I DAGENS SAMFUNN</u>	34
4	<u>KRENKEDES TILBUD I DAGENS SAMFUNN.</u>	39
4.1	Råd og veiledningstjeneste Slettmeg.no (datatilsynet).....	39
4.2	Behov for et tvisteløsningsorgan	42
4.3	Pressens Faglige Utvalg – PFU	44
5	<u>SANKSJONSSYSTEM OG FJERNING AV BILDER</u>	45
5.1	Straff- og erstatningsansvar.....	45
5.2	Ansvar for redaktører og nettverter.....	46
5.3	Sletting av bilder	49
6	<u>REKKEVIDDE I TID OG ROM</u>	50
6.1	Vernetid	50
6.2	Lovproblematikken	51
7	<u>LITTERATURLISTE</u>	55
8	<u>LISTER OVER TABELLER OG FIGURER M V.....</u>	A
	<u>VEDLEGG 1: MAIL FRA SLETTMEG.NO.....</u>	B
	<u>VEDLEGG 2: TALL FRA SLETTMEG.NO (VEDLEGG TIL MAIL AV 28.02.2011</u>	
	<u>SLETTMEGNO 2010.DOCX).....</u>	D

**VEDLEGG 3: ÅRSSTATISTIKK SLETTMEG.NO (HEFTE FRA
ETTÅRSMARKERINGEN).....G**

1 Innledning

1.1 Tema og problemstillinger

Denne avhandlingen tar for seg det vern avbildede har etter åvl § 45c dersom et personbilde blir offentliggjort i en nettavis eller i et sosialt medium. Åvl. § 45 c er en videreføring av den nå opphevede fotografilovens § 15, som ble til 17. juni 1960.¹ Siden den gang har den teknologiske utviklingen eksplodert og de hensyn åvl § 45 c verner om, møter mange utfordringer i dagens samfunn. Et brennpunkt og en sentral utfordring er de redigerte og uredigerte bildepublikasjoner på nett. Lovens hovedregel er at man kan offentliggjøre et bilde dersom avbildede samtykker. Det kan imidlertid ofte oppstå spørsmål om det foreligger et gyldig samtykke og rekkevidden av dette. Jeg vil undersøke når samtykkekravet er oppfylt i forhold til publisering på nettet, og mulighetene for tilbakekall og avtalesensur. Selv om det ikke foreligger samtykke kan offentliggjøring begrunnes i bestemmelsens unntaksregler. Jeg vil særlig gjøre rede for ”allmenn interesse” i åvl § 45c litra a, da dette er det mest omfattende og benyttede unntaket, samt at rettspraksis rundt dette har skapt en uklar rettstilstand i forhold til lovens hovedregel. Unntaket er også av særlig betydning for medias bruk av personbilder. Jeg vil videre behandle spørsmål rundt bestemmelsen stilling og holdningene til den i dagens samfunn. Jeg vil se på noen svakheter ved bestemmelsen som gjør seg gjeldende i dag, og hvilke tilbud og sanksjonssystem som kan benyttes ved krenkelse av retten til eget bilde. Til slutt vil jeg ta for meg spørsmål rundt lovens rekkevidde i tid og rom.

1.2 Aktualitet

Det første fotokameraet ble oppfunnet i 1826 av franskmannen Joseph Nicéphore Niépce. Ved hjelp av asfalt på en tinnplate plassert i et kamera, klarte han å fikse et bilde.

¹ Lov om rett til fotografi av 17. Juni 1960 nr. 1 (Opphevet)

Eksponeringstiden var da på 8 timer.² Siden den gang har den teknologiske utviklingen vært revolusjonerende. De fleste har i dag mobiler med innebygget kamera og digitale fotokamera. Tilgjengeligheten gjør det mulig å fotografere det man vil til enhver tid. Samfunnet vi lever i har utviklet seg til å bli et informasjons- og kommunikasjons samfunn. Digitaliseringen har gjort veien fra bildet blir tatt til det eventuelt publiseres forsvinnende liten og ukomplisert. For media har bildemediet blitt svært betydningsfullt, og tabloid kulturen har ekspandert. ”Mediene flommer over oss og nær sagt belyser oss. Om de også opplyser oss, er et annet og vanskeligere spørsmål å besvare”.³ Etter internett fikk sin inntreden har medias publisering av bilder nådd en ny dimensjon. Tidligere ble bilder som ble publisert i trykt skrift benyttet i forbindelse med den gjeldende sak, og deretter lagret i avisens arkiv. I dag kan et bilde som publiseres i forbindelse med en nyhetssak bli liggende allment tilgjengelig på nettet til ubestemt tid. Det problematiske med dette illustrerer ”Ibiza-intervju”- eksempelet fra en artikkel i Aftenposten publisert 04.10.2010.⁴ Tre norske gutter på kompietur til Ibiza ble intervjuet i forbindelse med en reportasje om ”ungdomsfill i utlandet”. Det ble tatt bilder og film, og reportasjen ble i tillegg til publisering i papirutgaven, lagt ut på avisens nettside. På grunn av nettpubliseringen vil bildene ha en levetid langt utover hva en publisering i papirutgaven ville gitt. En slik reportasje vil i ettertid kunne være svært ubeleilig å ha festet til sitt navn. I følge samme artikkel er norske medier ”...i klagetoppen hos Datatilsynets rådgivningstjeneste mot personvernkrænkelser på Internett, slettmeg.no.”⁵ Bare Facebook var høyere på klagelisten. Folk har en voldsom appetitt på å dele informasjon og aktører som mottar informasjonen likeså. I mange tilfeller ”går det fort i svingene” og folk publiserer bilder uten å reflektere over hvilke konsekvenser det kan få. Folk er ofte ikke bevisst over at publisering av et personbilde som hovedregel krever samtykke. Antall saker hvor bilder har blitt misbrukt er mangfoldige. Folk legger ut bilder av seg selv, venner og egne barn uten å tenke over gjeldende

² Galtung (1991), s. 1

³ Mathiesen (2011) s. 251

⁴ 04.10.2010 <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article3839829.ece>

⁵ ibid

rettsregler. Man hører historier hvor bilder plutselig dukker opp på ukjente nettsider. Bilder manipuleres og tas ut av den opprinnelige kontekst. Når et bilde er lagt ut på nettet er det nær sagt umulig å overvåke hva som skjer med det videre. Slettmeg.no håndterte i 2010, 3236 henvendelser om uønskede personopplysninger på nett. Av disse gjaldt 10 % av henvendelsene uønsket bildepublishing.⁶ Til tross for at uønsket publisering er et økende problem er det sjelden sakene blir behandlet av domstolene. Dette skyldes blant annet manglende kunnskap om rettigheter og lovverk. Ofte vil også den som føler seg krenket se det som en besværlig prosess å ty til rettslige skritt. I følge tall fra Slettmeg.no⁷ er det i 40% av tilfellene venner og bekjente som står bak den uønskede publiseringen. I 5 % av tilfellene familie. Det sier seg selv at det er vanskelig å foreta rettslige skritt når det er personer man har en relasjon til som står bak. Paarup Michelsen som til daglig jobber med Datatilsynets nettside Slettmeg.no uttalte i et intervju med Vårt Land:” På tross av at reglene er tindrende klare, slår det oss at det ikke er sosialt akseptert å gi beskjed om at man ikke ønsker at et bilde skal legges ut”.⁸ Dette utsagnet illustrer hva landskapet har å si for at loven skal virke etter sin hensikt.

Om det foreligger samtykke og om det foreligger unntak fra samtykkekravet kan være uklart. Personvernet må avveies opp mot ytringsfriheten. I NOU 2009:1 ”Individ og integritet,” fremhever kommisjonen som et av flere tiltak for å styrke personvernet mot mediene, at det i forbindelse med den kommende revisjon av åndsverkloven bør vurderes hvordan bestemmelsen om retten til eget bilde skal forstås i forhold til annen lovgivning og i forhold til avveiningen mellom personvern og ytringsfrihet.⁹ Kommisjonen peker på at den gjeldende lov synes å skape usikkerhet i praksis. Den private sone har skrumpet inn¹⁰

⁶ Tall fra slettmeg.no, se vedlegg

⁷ Tall fra slettmeg.no, se vedlegg

⁸ Vårt land, publisert 24.01.2011 <http://www.vl.no/samfunn/article112708.zrm>

⁹ NOU 2009:1 s. 19

¹⁰ Fuglehaug, 26.05.2010:

<http://www.aftenposten.no/forbruker/digital/nyheter/article3665553.ece>

og ”retten til å bli glemt”¹¹ synes som en virkelighetsfjern idé i dagens samfunn. Det er ikke tvil om at retten til eget bilde er sterkt aktualisert i tiden vi er inne i. Mediefokuset på personvernets utfordringer er stort. I følge datatilsynets årsmelding for 2010¹² var det nær 5 600 registrerte mediasaker hvor datatilsynet var nevnt. Av disse var krenkelser på nett av de temaene som fikk særlig oppmerksomhet.

1.3 Avgrensning

Det er flere bestemmelser som er aktuelle når det gjelder avbildedes rett ved publisering av bilder. Publiseringen av et personbilde vil kunne rammes av en rekke andre personverns bestemmelser. Av relevans er blant annet Straffeloven § 390¹³ straffelovens injuriebestemmelser og personopplysningsloven¹⁴. Retten til eget bilde er også vernet etter ulovfestet rett,¹⁵ og EMK art 8.¹⁶ Jeg vil i denne avhandlingen gjøre rede for retten til eget bilde etter åvl. § 45 c. Jeg vil ikke foreta noen inngående behandling av bilder som inneholder personopplysninger og samtykke etter personopplysningsloven.

Jeg vil fokusere på den bildepublisering som foretas av media og ”folk flest”. Jeg har hovedsakelig nettpublisering av bilder for øyet ved fremstillingen av retten til eget bilde. Den generelle retten vil derfor behandles i korte trekk av hensyn til avhandlingens tema og problemstillinger.

¹¹ Omdal, 06.09.2010 <http://www.adressa.no/meninger/article1525896.ece>

¹² datatilsynet.no: http://www.datatilsynet.no/templates/Page___3784.aspx

¹³ Den almindelige borgelige straffelov (straffeloven) av 22. mai 1902 nr. 10 – heretter forkortet strl.

¹⁴ Lov om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven) av 14. april 2000 nr. 31, heretter popll.

¹⁵ se Rt. 1952 s. 1217 side 1219 og Rt. 2009 s. 1568

¹⁶ Lov av 21. mai 1999 nr. 30 om styrking av menneskerettighetenes stilling i norsk rett (menneskerettloven)

Jeg har stort sett brukt Facebook som eksempel for sosiale medier i denne oppgaven da dette er det mest brukte sosiale mediet i Norge og verden for øvrig.¹⁷ I følge Slettmeg.nos årsstatistikk var også 72 % av henvendelsene (fordelt på nettsteder) relatert til Facebook.¹⁸

1.4 Metode og rettskilder

Jeg har anvendt alminnelig juridisk metode. Av rettskilder har jeg hovedsakelig benyttet norsk rettspraksis, rettspraksis fra EMD, lovtekst, juridisk litteratur og reelle hensyn.

Av øvrige kilder har jeg særlig brukt statistikk fra Slettmeg.no og brukeravtalen til Facebook. Da temaet for oppgaven er svært aktuelt og belyst i media om dagen, har jeg også benyttet meg av stoff fra relevante nettsider og avisartikler.

2 Åvl § 45c

2.1 Bestemmelsen

Åndsverkloven § 45 c ble tilføyd ved lov av 23. Juni 1995 nr. 37 som opphevet lov om rett til fotografi av 17. Juni 1960 nr. 1 § 15. Bestemmelsen viderefører i hovedsak fotografilovens § 15 og det som er av rettspraksis og litteratur rundt den opphevede bestemmelsen får anvendelse ved fortolkningen av åvl. §45 c. Denne særbestemmelsen har fortrinnsvis en personvernrettslig karakter, i motsetning til de øvrige bestemmelsene i åndsverkloven som hovedsaklig regulerer opphavsrettslige anliggender. Bestemmelsen verner om ”motivets” rett og motivet må i følge ordlyden være en person. Hovedregelen er

¹⁷ 28.03.2011 <http://www.allverdige.no/2011/03/28/facebook-tar-over-verden/>

¹⁸ Slettmeg.nos årsstatistikk 2010, side 12 (vedlegg 3, N)

at et personbilde ikke kan publiseres uten avbildedes samtykke. Bestemmelsen retter seg mot bruken av bildet og ikke selve fotograferingen. Plasseringen i åndsverkloven har blitt mye kritisert. Selv om regelen har en eiendomsrettslig betydning for avbildede er den hovedsaklig en personvernsbestemmelse og hører systematisk sett ikke hjemme i en lov som regulerer immaterialrett. Ved utarbeidelsen av loven ble plasseringen drøftet og det ble blant annet vurdert om bestemmelsen skulle plasseres i straffeloven som et alternativ til gjeldende bestemmelse om krenkelse av privatlivets fred § 390 a. Departementet uttalte imidlertid at plasseringen ville markere personvernet ved at bestemmelsen ble plassert med de lovregler som regulerer rettighetsforholdene til åndsverk og nærstående rettigheter.¹⁹ Konflikter som omhandler fotografens rettigheter vil ofte berøre den avbildedes rett. Den avbildedes rett til eget bilde utgjør også en begrensning i fotografens enerett etter åvl § 2 (fotografisk verk) og åvl § 43a (fotografisk bilde). Plasseringen er også gunstig da reaksjonssystemet i åndsverklovens kapittel 7 vil kunne anvendes ved krenkelse av retten til eget bilde.²⁰

Av de øvrige nordiske land er Norge alene om å ha denne særregelen om retten til eget bilde. I England, Sverige og Danmark er utgangspunktet at det er tillatt å publisere bilder. Unntak fra hovedregelen er positivt lovregulert.²¹ I Tyskland gjelder samme utgangspunkt som i Norge. Denne særregelen betyr imidlertid nødvendigvis ikke at den avbildede har et sterkere vern.²²

¹⁹ Ot.prp. nr. 54 (1994-1995) s. 13

²⁰ Rognstad, 2009 s. 325

²¹ Mæland, 1985 s. 199 pkt. 2

²² Galtung, 1991 s. 88.

2.2 Personvern og ytringsfrihet

Friheten til å ytre seg fritt er viktig for personvernet. Men ytringsfrihet kan også være et motstykke til personvernet. Retten til eget bilde som skal verne om det personlige individs selvbestemmelsesrett vil i enkelte tilfelle måtte vike av hensyn til ytringsfriheten.

Ytringsfrihetens overordnede stilling i norsk rett gjør hensynet til denne retten helt sentral ved tolkningen av retten til eget bilde etter åvl. 45c. Man kan si at opplysninger som publiseres på nettet, herunder bilder, som utgangspunkt er beskyttet av ytringsfriheten.²³ Retten er grunnlovfestet, jfr. Grl. § 100 og er dermed overordnet annen lovgivning (lex superior). Retten er også vernet av EMK art 10. Konvensjonen ble gjort til intern norsk rett gjennom Menneskerettighetsloven av 21. Mai 1999 nr. 30. Europarådets menneskerettighetskonvensjon er gitt en ikke ubestridt forrang i forhold til annen lovgivning jf. § 3. Ved motstrid mellom en konvensjonsbestemmelse og annen norsk lovgivning skal konvensjonsbestemmelsen legges til grunn. Ytringsfriheten er en grunnleggende betingelse for demokrati og har en viktig side til informasjons- og pressefriheten. Begrensninger i denne retten må være ” foreskrevet ved lov”,²⁴ og de må være “nødvendige i et demokratisk samfunn”.²⁵ Det må videre være begrunnet i de hensyn som nevnes i art 10 annet ledd.

Retten til eget bilde vil kunne utgjøre en begrensning i ytringsfriheten. I Case of Eerikainen and Others v. Finland presiserte domstolen at det å publisere bilder generelt sett er et mer alvorlig inngrep enn å kun formidle en persons navn. Selv om publisering av bilder også omfattes av ytringsfriheten er dette et område hvor personvernet anses spesielt viktig.²⁶ Det samme syn ble understreket i Von Hannover- saken.²⁷

²³ Galtung, 2009 s. 229

²⁴ EMK art 10, andre ledd

²⁵ ibid

²⁶ EMDs dom av 10. Februar 2010, avsnitt 70

²⁷ EMDs dom av 24. juni 2004, avsnitt 59

EMK art. 8 om retten til respekt for privatliv og familieliv er en sentral bestemmelse i forhold til publisering av personbilde. Dette går frem av fast praksis fra EMD.²⁸ I Von Hannover- saken uttrykkes det også eksplisitt i avsnitt 57.²⁹ Retten til privatliv må avveies mot ytringsfriheten i EMK art 10. Som EMD uttaler i samme sak: "...protection of private life has to be balanced against the freedom of expression guaranteed by Article 10 of the Convention."(avsnitt 58).

Altså må åvl.§ 45 c tolkes i samsvar med EMK art 8 og art. 10. Dette går også frem av rettspraksis. I bryllupsfotodommen uttalte retten i avsnitt 55 at bestemmelsen må "...lesast med ein rettsstridsreservasjon og på bakgrunn av EMK artikkel 8 og artikkel 10."³⁰ Dommen ble avsagt under dissens, men mindretallet var enig med førstvoterende i at det må foretas en avveining mellom hensynet til personvernet og ytringsfriheten(avsnitt 58).

2.3 Legislative hensyn

Lovens hovedregel har hensynet til personvernet og avbildedes interesser for øyet. Bestemmelsen oppstiller et utgangspunkt som tar sikte på å verne om avbildedes selvbestemmelsesrett. Som Andreas Galtung uttaler: "...det er rimelig at det tilkommer det enkelte individ selv å bestemme hvor og når at ens bilde skal brukes."³¹ Publiseringen av et bilde uten samtykke vil kunne føles som et inngrep i den personlige sfære og en krenkelse av privatlivets fred. Bestemmelsen skal verne om "...den avbildedes følelser, rykte og gode navn..."³²

²⁸ Rt. 2009 s. 265 (Avsnitt 41)

²⁹ EMDs dom av 24. juni 2004, avsnitt 57

³⁰ Rt 2008 s. 1089 avsnitt 55.

³¹ Galtung,1991 s. 86

³² Jongers 2006, s.20

Hensynet til den personlige autonomi har en også en side til det eiendomsrettslige ved at eget bilde anses som et formuesgode som en selv skal kunne råde over. I dette henseendet er nok bestemmelsen mest praktisk for kjente personer hvor bildet blir brukt i kommersielt øyemed. Loven har til hensikt å sikre at ingen tjener penger på et bilde av en person uten at den avbildede får noe igjen for det selv. Det ville stride med den alminnelige rettsfølelse og kan skade en persons kommersielle posisjon dersom han blir brukt i en setting han ikke ønsker å assosieres med, og som kan redusere hans status eller egenart. Et moment det ble pekt på i Elling- dommen,³³ var faren for at man kan bli ”oppbrukt” ved for mye eksponering. Det er imidlertid ikke en forutsetning at personen er kjendis for at de formuerettslige aspekter skal få betydning. I Påskebildekjennelsen Rt. 1983 s. 637 ble en reklamekonsulent dømt til bot for å bruke bilder av et par og et barn som satt å solte seg, i en reklameannonse for fremkalling og kopiering av ”påskebilder”. Det ble i samme dom uttalt at det må stilles en særskilt aktsomhetsnorm ved bruk av bilde i reklameøyemed.³⁴

Det er ikke utelukkende avbildedes interesser som må tas i betraktning i forhold til bruken av et bilde. Kryssende hensyn vil kunne gjøre seg gjeldende og bestemmelsen oppstiller en rekke unntak som skal verne om konkurrerende interesser. Særlig hensynet til ytringsfriheten og allmennhetens interesser skal vernes gjennom de oppstilte unntak. I følge Andreas Galtungs kommentarer til fotografiloven (1991) ”...må særlig nyhetsmedias behov og bruk fremheves”.³⁵

2.4 Lovens Hovedregel

Hovedregelen og utgangspunktet er at et bilde av en person ikke kan gjengis eller vises offentlig dersom den avbildede ikke samtykker. Fra dette utgangspunktet gjelder det en rekke unntak som jeg vil presentere nedenfor under 2.5. Det er et faktum at hovedregelen i mange tilfeller ikke etterlevs i dag. Som jeg nevnte innledningsvis representerer de nye

³³ RG.2003.868

³⁴ Rt. 1983.637 (s. 640)

³⁵ Galtung 1991, s. 86

mediene en vesentlig utfordring i forhold til praktiseringen av bestemmelsens utgangspunkt. Slik rettstilstanden er i dag kan det se ut som det er vendt om på utgangspunktet. Dette vil jeg komme tilbake til ved redegjørelsen av unntakene.

2.4.1 "Fotografi som avbilder en person"

Begrepet "fotografi" i bestemmelsens første ledd er ikke begrenset til å gjelde bilder tatt med et ordinært fotokamera. Det skilles ikke mellom fotografisk bilde og fotografisk verk, og hvilke medium som har frembrakt bildet er uten betydning. Som det går frem i Ot.prp. nr 56 1992-93,³⁶ gjelder bestemmelsen "...uavhengig av hvordan bildene er tatt - om de er et resultat av opptak gjort ved fjernsynsovervåkning eller om de er tatt ved ordinær fotografering, filming osv." Bestemmelsen omfatter således også offentliggjøring av levende bilder i form av film eller video. Se RG 2004 s. 435 som blant annet gjaldt bruk av bilder uten samtykke i en reklamefilm. Retten uttalte om rekkevidden av 45 c at "...åndsverkloven § 45c antas å omfatte et tilfelle som dette, nemlig at levende bilder av en person som ikke har samtykket i det, offentliggjøres i en fjernsynsreklame."³⁷ Etter åvl. § 39 j gjelder bestemmelsen også for portretter som ikke er fotografiske. Fotografen må altså normalt ha samtykke fra både bestiller av portrettet og den som portretteres. Det fremgår av §39 j tredje ledd at vernet gjelder uavhengig av hvilke teknikk som er brukt.³⁸

I bestemmelsens ordlyd "avbilder en person" ligger det et identifikasjonskrav. Det er imidlertid vanskelig å oppstille grensene for kravet til gjenkjennelse. Noen klare grenser kan man heller ikke tolke ut av rettspraksis.³⁹ Som Wessel-Aas uttaler i en artikkel fra 2009: "... det synes klart at jo mindre av personen som er avbildet, jo lenger fra kjernen i §

³⁶ Ot.prp. nr. 56 (1992-1993) kap. 3.1. femte avsnitt

³⁷ RG 2004 s. 435

³⁸ Stenvik 2003, footnote 32

³⁹ Se blant annet "Fødselsbildesaken", Rt. 2005 s. 1677 (avsnitt 85), Rt. 2008 s.489 Plata saken

45c kommer man.”⁴⁰ Et minstekrav er imidlertid at den som er avbildet kjenner igjen seg selv. Bestemmelsen verner om personbilder. Bilder som faller utenfor dette begrepet vil ofte være vernet av andre bestemmelser.⁴¹ Det kreves ikke nødvendigvis allmenn gjenkjennelse. Det kan være nok at en mindre, nær krets kjenner igjen den avbildede. Det er av betydning for identifikasjonskravet i hvilken utstrekning publiseringen er krenkende for vedkommende. ”Hver sak må vurderes konkret, hvor hensynet til den avbildedes personvern i den konkrete situasjonen og ytringsfriheten generelt må avveies mot hverandre”, Jongers 2006 s. 28. I Tveters avhandling fra 2009 antas det å være et strengere identifikasjonskrav for privat publisering enn for medias offentliggjøring. Dette begrunnes med at virkningen av medias publisering vil være mer omfattende og ses av et større antall mennesker enn ved publisering på en privat nettside.⁴² Av hensynet til avbildedes personvern har en slik oppfatning gode grunner for seg. Som det også påpekes i Tveters avhandling, vil ytringsfriheten være en begrensning for et lite strengt identifikasjonskrav.

2.4.2 ”Gjengis eller vises offentlig”

Som det går frem av ordlyden er det publiseringen av bildet bestemmelsen får anvendelse for. Vern mot selve fotograferingen må søkes i annen lovgivning.⁴³ Som Galtung skriver om vernet mot gjengivelse vil ”... enhver form for publisering i aviser, tidsskrifter, reklamebrosjyrer, audiovisuelle-program, gjengivelser i kringkasting, gjengivelser via databaser m.v.”⁴⁴ være innenfor bestemmelsens anvendelsesområde.⁴⁵ Publisering av bilder

⁴⁰ Wessel-Aas, 2009 s.40

⁴¹ For eksempel strl. § 390 (krenkelse av privatlivets fred), ærekrenkelser, strl. Kap 23

⁴² Tveter, 2009 side 46 og 47

⁴³ Se domstoloven § 131a og straffeloven § 390a.

⁴⁴ Galtung, 1991 s. 91

⁴⁵ Begrepene ”gjengis og vises offentlig” er ikke konsistent med begrepsbruken for øvrig i åndsverkloven(eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring for allmennheten).

Meningsinnholdet må likevel anses å være det samme. Nærmere om dette se Jongers 2006 side 29-30.

på nett vil også rammes av bestemmelsen dersom publiseringen regnes som offentlig. Publisering i nettaviser må klart anses som offentlig da disse er rettet mot allmennheten og er tilgjengelige for enhver. Et annet spørsmål er om man kan regne publisering på private blogger, hjemmesider og sosiale nettsamfunn og lignende som offentlig publisering. Når disse er tilgjengelige for enhver vil en publiseringen anses som offentlig, men hva med nettstedet som krever passord for tilgang eller er begrenset til et utvalg av personer. Det er klart at bilder kan vises frem uten samtykke fra den avbildede innenfor ”den forholdsvis snevre krets som *familie-, vennskaps-, eller omgangsbånd skaper*”.⁴⁶ I Rt. 1953 s. 633 (Bedriftsmusikkdommen) tok retten utgangspunkt i denne ledetråden som er kjent som Knophs maksime.⁴⁷ I dommen ble kringkasting av musikk for rundt 180 ansatte i en bedrift ansett for å være utenfor grensen for privat fremføring. Retten viste til professor Ragnar Knoph uttalelser og sa seg enig i at det “...etter åndsverkslovens ånd og hensikt vil være riktig å trekke grensen for private fremføringer « temmelig trangt »”.⁴⁸ Hvor grensen går må vurderes konkret, men med offentliggjøring menes ikke nødvendigvis at alle og enhver må ha tilgang til det publiserte bildet. Den private krets vil kunne omfatte personer som ikke er personlige venner, men et visst vennskapsforhold må antagelig foreligge. I pornovideodommen⁴⁹ hvor en mann ble straffet for å ha delt ut kopierte pornovideoer til minst 32 arbeidskollegaer og bekjente, uttalte retten at: ”en kopiering til bruk for arbeidskolleger må kunne skje med hjemmel i § 11^[50] dersom disse også er personlige venner, og kanskje også i noe større utstrekning.” Retten uttalte videre: “En slik kontakt kan imidlertid være mer eller mindre omfattende. Jeg forstår imidlertid byrettens domsgrunner slik at det ikke var noen kontakt som kan sammenlignes med vennskapsforhold”. Ved offentliggjøring på nett vil det altså måtte vurderes om de personer

⁴⁶ Rognstad 2009, s. 188. Refererer til Knophs maksime i norsk opphavsrett. (Knoph 1936 s. 89.)

⁴⁷ Rt. 1953 s. 633 side 636 siste avsnitt,

⁴⁸ *ibid* side 637 og 638

⁴⁹ Rt. 1991 s. 1296

⁵⁰ nåværende § 12 om eksemplarfremstilling til privat bruk

som har tilgang til bildet anses som en krets av personer som anses for å være privat og at publiseringen derfor ikke rammes av åvl § 45c. Det å dele reisebilder eller bilder fra et familieselskap med en begrenset gruppe på nett vil for eksempel kunne falle utenfor bestemmelsen. Publisering på Facebook hvor flere hundre venner og bekjente vil se bildene vil imidlertid anses som offentlig. For en mer detaljert redegjørelse og analyse av hva som anses som offentlig gjengivelse eller visning i sosiale medier, se spesialoppgave fra 2010, s. 28 – 37. Av hensyn til oppgavens omfang har jeg nøyd meg med å behandle dette forholdsvis kortfattet.

2.4.3 Samtykke

Et samtykke kan gis uttrykkelig eller stilletiende. Det stilles ikke formkrav, men det må være utvilsomt at samtykke er gitt.⁵¹ Det er den som publiserer bildet som har bevisbyrden for at det foreligger samtykke,⁵² og det vil som regel være en fordel for begge parter å ha det skriftlig for å sikre notoritet. Selv om det foreligger et gyldig samtykke vil det ofte oppstå tvil om rekkevidden av det. Et samtykke kan være saklig bundet og av begrenset varighet.⁵³ Grensedragningen må bero på en tolkning i samsvar med alminnelige avtalerettslige regler. ”Den naturlige tolkningen av et samtykke, er at det bare gjelder det en i øyeblikket blir forespeilet.”⁵⁴

I tilfeller hvor det er ikke er gitt noe uttrykkelig samtykke kan det bli spørsmål om det er avgitt et stilletiende samtykke eller om det ut ifra situasjonen må anses underforstått. Et aktuelt spørsmål er i hvilken utstrekning man kan forutsette at det er gitt samtykke i forhold til publisering i sosiale medier. Det er i dag svært vanlig at det legges ut bilder på nett av kjente og kjære uten at det innhentes noe uttrykkelig samtykke i forkant. Dette tatt i

⁵¹ Jongers 2006, s. 11 første avsnitt

⁵² Se Rt. 2001 s. 1691 s. 1695

⁵³ Mæland, 1985 s. 218

⁵⁴ Galtung 1991 s. 94

betraktning kan man spørre seg om det i enkelte tilfeller vil være underforstått at et bilde vil bli lagt ut (for eksempel) på Facebook i etterkant av fotografering. At man lar seg avbilde uten å protestere på selve fotograferingen betyr ikke nødvendigvis at man har gitt et stillestående samtykke til en senere publisering. Det må i tilfelle gå klart frem ved fotograferingen hva bildet skal brukes til. Ved vurderingen av om det foreligger samtykke vil et relevant disposisjonskriterium være partenes forhistorie og hvilke praksis som har vært vanlig mellom dem tidligere.⁵⁵ Man må ”kunne spore en klar praksis blant de involverte. Det må være et krav om at publisering av lignende bilder i tilsvarende situasjoner har skjedd tidligere, uten at den avbildede har motsatt seg dette.”⁵⁶ Som Palmer påpeker vil passivitet i etterkant av publiseringen kunne antyde at den avbildede har akseptert publiseringen. Det må likevel utvises forsiktighet med å forutsette at det foreligger samtykke.

For de fleste pressebilder foreligger det stillestående aksept. Dersom avbildede har blitt fotografert under et intervju vil det tale for at man har godkjent publisering i forbindelse med dette. Om bildet i ettertid brukes i en annen setting enn avbildede ble forespeilet under intervjuet, taler mye for at bruken er utenfor det som ble akseptert. Et eksempel på dette er påskebildekjennelsen. Bildene av et par og et barn ble brukt i en reklameannonse for kopiering og fremkalling av påskebilder. Bildet som ble brukt var blitt tatt i forbindelse med en reportasje til Morgenavisen i Bergen. De avbildede hadde samtykket til publisering i forbindelse med reportasjen. Retten kom til at det ikke forelå samtykke til publisering av bildet i reklameannonsen og at man må være ”...være varsom med å forutsette at avbildede personer har gitt forhåndssamtykke eller gitt en annen rett til å samtykke”.⁵⁷ Den kjensgjerning at de fleste pressebilder som trykkes i dag også blir publisert på avisens nettsider er et moment som tilsier at kravene til samtykke bør tolkes strengt da publiseringen medfører at bildet blir liggende allment tilgjengelig for enhver til ubestemt

⁵⁵ voxholth 2003 s. 99

⁵⁶ Palmer 2010, s 41

⁵⁷ Rt. 1983 s. 637, Side 639

tid.⁵⁸ Hensynet til personvernet gjør seg gjeldende i større grad i forhold til offentliggjøring i media, enn ved privat nettpublisering, da bilder publisert i media ofte når ut til en større gruppe mennesker.⁵⁹

Et bilde kan manipuleres og endres eller bli brukt i en annen kontekst. Når et bilde blir løsrevet fra formålet det egentlig er tatt til, vil det vike fra den bruk avbildede har samtykket til. Den avbildede må vite i hvilke sammenheng bildene skal brukes for at et samtykket skal anses som gyldig. Teazer dommen er et eksempel på dette.⁶⁰ Saken gjaldt bildepublisering av to tidligere realitydeltakere på nettsiden Teazer tv. Saksøkte, Multimedia Holding, anførte primært at unntaksregelen i åvl § 45c litra a om allmenn interesse fikk anvendelse, hvilket ikke førte ikke frem. Subsidiært anførte Multimedia at samtykke til publisering var gitt og at det ikke kunne skilles på hvilke media det ble publisert i. De avbildede hadde gitt samtykke til publisering i to ukemagasin og på hjemmesiden til en moteforretning. Dette kunne imidlertid ikke tolkes som et samtykke til publisering på Teazers nettsider som var ”... omkranset av bilder av erotisk/pornografisk karakter, reklame med tilknytning til sexindustrien og – for hovedsiden – oversikt over artikler som bedømt ut fra titlene, hovedsakelig har fokus på sex.”⁶¹ Som det også ble slått fast i Teazer -dommen, er det ikke uten videre slik at det foreligger samtykke til publisering så lenge man ikke har tatt forbehold mot det.⁶²

I mange tilfeller blir det gitt et generelt samtykke. Det må likevel vurderes i hvilke sammenheng bildet kan benyttes. I Elling- dommen kom retten til at et generelt samtykke til markedsføring i forbindelse med en forestilling ikke omfattet markedsføring av en bok om samme stykke. Skuespiller Ellefsen som var avbildet på bokomslaget hevdet at hans

⁵⁸ Wessel Aas, 2009 side 41.

⁵⁹ Tveter, 2009 s. 19

⁶⁰ Rt. 2001 s. 1691

⁶¹ ibid side 1694

⁶² ibid side 1695

samtykke kun gjaldt markedsføring for stykket han var med i, og fikk medhold i dette. Retten uttalte at ”Den eksponeringa som var av Ellefsen, må ein med all rett kunne seie var ”fremtredende og dominerende plassering” som etter avtalen mellom NRK Aktivum og Norsk skuespillerforbund ville ha ført til krav om særskilt samtykke”.⁶³

Som man ser er det atskillige nyanser som må tas i betraktning ved vurderingen av om et samtykke er gyldig og i hvilke utstrekning det gjelder. Kravet vil skjerpes ved publisering av sensitive bilder som kan virke støtende eller krenkende for avbildede. Graden av eksponering vil også være av betydning. Et annet moment er hvilke forutsetninger den avbildede har til å forstå hva det samtykkes til. ”Man kan ikke uten videre bygge på et samtykke gitt av mindreårige, sinnsyke eller berusede personer”.⁶⁴ (Særlig om mindreårige se under 3.2.). Dersom bildet skal brukes i markedsføring er det også grunn til å være ekstra påpasselig med å innhente samtykke. Som det ble uttalt i påskebildekjennelsen vil det stilles ”et særlig aktsomhetskrav” for profesjonelle reklamekonsumenter.⁶⁵

2.4.3.1 Publisering på nett - implisitt samtykke?

Daglig publiseres personbilder på blogger, hjemmesider og i sosiale medier. Når et bilde publiseres på nettsteder som er tilgjengelig for enhver, eller en større krets, vil man fort miste kontrollen over hvor bildene blir av. I en artikkel i dagbladet med tittelen ”Unngå Facebook – fellene”,⁶⁶ skriver forfatteren: ”Ikke legg noe ut på Facebook som ikke tåler å stå på førstesida i Dagbladet...”. Videre fortelles det om ”...datingtjenester, chattetjenester og seksuelle tjenester som baserer seg på profilbilder fra Facebook”, uten at de avbildede er klar over det. Man kan spørre seg om publiseringen på nett i seg selv kan likestilles med et samtykke til videre bruk - såkalt implisitt samtykke.

⁶³ RG 2003 s. 868

⁶⁴ Mæland 1985, side 216

⁶⁵ Rt. 1983 s. 637 side 640

⁶⁶ Landsend, artikkel i dagbladet 20.02.2011: ”Unngå Facebook – fellene”

Wessel Aas gir uttrykk for at det ikke kan utledes noe samtykke av at en person legger ut bilder av seg selv på nett.⁶⁷ Det samme synspunkt kommer til uttrykk i avhandlingen til Jongers hvor hun i forbindelse med den digitale utviklingens publiseringsmuligheter uttaler at ”...man skal være forsiktig med å innfortolke implisitte samtykker, der dette ikke fremkommer helt klart av sammenhengen.”⁶⁸ Uttalelsen i PFU-sak 136/10,⁶⁹ styrker oppfatningen om at publisering på nett ikke kan oppfattes som et samtykke til videre bruk.⁷⁰ Saken gjaldt anvendelsen av bilder hentet fra en Facebookprofil som ble brukt i en artikkel forbundet med høyre-radikaleren Tore Tvedt. Bildet var manipulert, men personen på bildet kunne likevel identifiseres. Magasinet Natt og dag hadde ikke innhentet samtykke. De anførte at ”bildene lå tilgjengelig for hele verden” og henviste til Facebooks brukervilkår som tillater slik bruk.⁷¹ Magasinet ble imidlertid dømt for brudd på god presseskikk.

PFU uttaler :

” Utvalget vil understreke at man ikke kan tolke det slik at pressen gjennom Facebook og andre sosiale nettmedier har fått tilgang til en ny bildebank hvor alt materiale som ligger åpent tilgjengelig uten videre kan benyttes. Utvalget vil for ordens skyld også anføre at regler som nettsamfunnet måtte ha, selv om utvalget for øvrig ikke uten videre støtter Natt&Dags tolkning av disse, ikke kan fritta redaksjoner fra å følge de presseetiske normene slik de er nedfelt i Vær Varsom-plakaten.”

PFU påpekte for øvrig at det generelt sett vil kunne være forsvarlig med publisering uten samtykke dersom bildene er av aktuell og allmenn interesse.

⁶⁷ Wessel Aas, Jon 2009

⁶⁸ Jongers 2006, side 37

⁶⁹ PFU- sak 136/10 publisert 05.05.2010 <http://www.pfu.no/case.php?id=2357>

⁷⁰ Om PFUs vekt se under 4.3.

⁷¹ Om Facebooks brukervilkår, se under om avtalesensur og tilbakekall av samtykke (2.4.3.4)

Altså taler mye for at publisering i offentlige medier ikke kan anses som en aksept til videre bruk. Men som Wessel Aas poengterer vil den selvbestemte offentlige eksponeringen være et moment i avveiningen mellom ytringsfrihet og personvern som er avgjørende i totalvurderingen for om det foreligger rettstrid.⁷²

2.4.3.2 Mindreårige(gråsone)

Myndighetsalderen i Norge er 18, jfr. Vergemålsloven § 1.⁷³ Etter vml. § 2 kan ikke et barn binde seg til formuerettslige formål uten samtykke fra vergen. En mindreårig vil altså ikke kunne inngå en modellkontrakt uten samtykke fra vergen dersom det er i forbindelse med arbeid.⁷⁴ Hvor hensiktene med publiseringen ikke er kommersiell, vil man kunne bygge på et samtykke fra en mindreårig. I hvilke utstrekning vil bero på en vurdering av den konkrete situasjon. Man må ta i betraktning”... hvor gammel den mindreårige er, og videre hva slags fotografi det dreier seg om og hva det skal brukes til”⁷⁵

Etter barneloven § 30 har de som har foreldreansvaret en rett og plikt til å treffe avgjørelser for barnet i personlige forhold jfr. barneloven § 30. Dette får betydning for samtykkekravet i åvl § 45 c. Bestemmelsen må tolkes i samsvar med reglene om barnets selvvråderett i bl. § 33. Barnet har en med- og selvbestemmelses rett som gradvis øker med barnets alder. Det skal legges vekt på barnets modenhet og forståelse, jfr. § 31 første ledd. Når barnet er 7 år ”skal det få seie si meining” før det tas noen avgjørelse, jf. § 31 annet ledd 1.pkt. Når barnet er 12 år skal det ”leggjast stor vekt på kva barnet meiner”. FNs barnekonvensjon art. 16 setter også grenser for hva foreldre kan legge ut av informasjon, herunder bilder.⁷⁶

⁷² Wessel Aas, 2009, side 41

⁷³ Lov om vergemål for umyndige av 22. April nr. 3 1927, heretter forkortet til vml.

⁷⁴ Se Galtung 1991, s. 92-93

⁷⁵ *ibid*

⁷⁶ FNs internasjonale konvensjon om barnets rettigheter av 20. november 1989 (barnekonvensjonen)

Et overordnet prinsipp i barneretten er hensynet til barnets beste. Hva skjer når en forelder har gitt samtykke som ikke er til barnets beste. I dag er det vanlig at stolte foreldre legger ut bilder av barna sine på Facebook, blogger og hjemmesider. Det brettes ut om små og store hendelser fra barnets privatliv. Selv om det som regel er i beste mening skjer det ofte ukritisk med tanke på hvem som faktisk får tilgang til bildene, og hvilke konsekvenser det kan få for barnet. Om barnet faktisk ønsker å få sine tidlige leveår dokumentert og publisert på nett vil man ofte ikke være klar over før barnet når en viss alder. Paarup Michelsen i Slettmeg.no sier i en artikkel i Vårt Land at ”feltet er en gråsoner” og ”...i dag tilriver foreldre seg for mye av den samtykkemyndigheten de har på vegne av sine barn”.⁷⁷

I NOU 2009:1 ”individ og integritet”, uttaler personvernkommissjonen: ” Videre har vi identifisert svakheter i forhold til spørsmålet om samtykkekompetanse, særlig når det gjelder foreldrenes rett til å samtykke på vegne av barna til publisering av personopplysninger, selv om barnets rett til integritet og personvern kunne tilsi at slik publisering ikke fant sted.”(s 145) Kommisjonen foreslår i rapporten at det bør ”utredes nærmere om denne typen behandling av personopplysninger bør illegges restriksjoner, slik at samtykke etter personopplysningsloven § 8 (eventuelt § 9) ikke utgjør en tilstrekkelig behandlingsgrunnlag.”(s.146) Selv om Kommisjonen omtaler samtykkekravet i personopplysningsloven, er svakheten det pekes på tilsvarende for samtykkekravet i åvl. § 45c. Det er altså klart at det er et behov for ekstra beskyttelse og retningslinjer i forhold til behandling av personopplysninger, herunder bilder, av barn. Usikkerheten i forhold til foreldrenes samtykkemyndighet ovenfor barn bør avklares. Jeg går ikke spesifikt inn på utredningen av et eventuelt regelverk da det vil falle utenfor avhandlingens omfang.

⁷⁷ Lindekleiv, 24.01.2011 <http://www.vl.no/samfunn/article112708.zrm>

2.4.3.3 Bildet inneholder personopplysninger: samtykke etter personopplysningsloven.

Lov om behandling av personopplysninger av 14. April 2000 vil også være et aktuelt rettsgrunnlag ved krenkelse av avbildedes rettigheter, i de tilfeller et fotografi inneholder personopplysninger. Dersom en person kan gjenkjennes på et bilde anses det som en personopplysning. Etter popplyl. § 2 (1) defineres personopplysning som ” opplysninger og vurderinger som kan knyttes til en enkeltperson.” Et bilde som inneholder direkte eller indirekte, identifiserende fakta vil altså kunne være en personopplysning dersom tilknytningskravet er oppfylt.⁷⁸ Dataene må kunne knyttes til en fysisk person. Direkte eller indirekte. Et bilde som inneholder personopplysninger kan bare behandles dersom avbildede samtykker. Kravene til samtykke etter personvernloven skiller seg noe fra åndsverklovens samtykkekrav. Vernet etter personopplysningsloven kan brukes som selvstendig eller supplerende grunnlag. I Rt. 2009 s. 1568 ble vern etter personopplysningsloven gjort gjeldende subsidiært, da det omstridte bildet var lagt ut som en datafil. Som det går frem på Slettmeg.nos nettsider om lover og regler må ”enhver som publiserer bilder på nettet må forholde seg til personopplysningslovens og åndsverklovens bestemmelser.”⁷⁹ Av hensyn til tiden vil jeg hovedsaklig behandle åndsverklovens bestemmelse om rett til eget bilde.

2.4.3.4 Tilbakekall av samtykke og avtalesensur

I tilfeller hvor avbildede har avgitt samtykke til publisering kan det oppstå spørsmål om det er mulig å trekke det tilbake. Et eksempel det hyppig er vist til i litteraturen er tilfellet hvor en person har latt seg avbilde naken og i ettertid angrer og ønsker å trekke tilbake samtykket. Det rettslige utgangspunktet er at avtaler skal holdes, jfr. NL 5-1-2.⁸⁰ Partene kan også avtale hva de vil, og både muntlige og skriftlige avtaler vil være rettslig

⁷⁸ Gyldendal rettsdata, Schartum, note 3 til personopplysningsloven § 2

⁷⁹ Slettmeg.no: <http://www.slettmeg.no/598-bilder-paa-nett>

⁸⁰ Norske Lov av 15. april 1687 (NL)

bindende., jfr. NL 5-1-1. Avtaleloven § 36,⁸¹ er en unntaksregel fra dette utgangspunkt. ”Bestemmelsen hjemler en tilsidesettelse av avtaler som det vil være urimelig å gjøre gjeldende”.⁸² Bedømmelsen av om en avtale er urimelig må bero på en konkret helhetsvurdering. Ved avveiningen må det tas hensyn til ”... avtalens innhold, partenes stilling og forholdene ved avtalens inngåelse”.⁸³ Etterfølgende forhold og omstendighetene for øvrig må også tas i betraktning. I tilfeller som i eksempelet ovenfor om nakenfotografering hvor avbildede angrer seg, vil mye tale for at tilbakekall vil kunne skje.⁸⁴ Dersom avtalen settes til side må imidlertid eventuelle godtgjørelser tilbakeføres. Hvor fotograferingen og publikasjon har medført utgifter er det uklart om det er nok å betale tilbake eget honorar.⁸⁵

Et aktuelt spørsmål i forhold til dagens situasjon er i hvilke utstrekning brukervilkårene til forskjellige sosiale medier vil stå seg ovenfor en bruker som ønsker å trekke tilbake et samtykke. Når man melder seg inn i sosiale medier, som for eksempel Facebook, aksepterer man samtidig brukervilkår hvor man fraskriver seg rettigheter til personlig informasjon, herunder bilder som legges ut.

I følge Facebooks betingelser punkt 2, 4 ledd gir man folk (også som ikke er medlem av Facebook) rett til bruk av alt man legger ut av info og bilder. Bestemmelsen lyder slik:

”When you publish content or information using the ”everyone” setting, it means that you are allowing everyone, including people off of Facebook, to access and use that information, and to associate it with you (i.e., your name and profile picture).”

⁸¹ Lov av 31. mai 1918 nr. 4 om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeserklæringer, heretter avtl.

⁸² Woxholth 2003, side 77

⁸³ avtl. § 36 annet ledd

⁸⁴ Se Mæland 1985 s. 218, Galtung 1960 s. 95-96, Jordahl 1996 s. 91-92

⁸⁵ Jordahl, 1996 s.92

Facebook forbeholder seg også retten til kostnadsfritt å bruke alt innhold man laster opp på sin profil. Dette går frem av avtalevilkårene i Facebooks ”Statement of Rights and Responsibilities”⁸⁶ punkt 2.1 som lyder som slik:

“For content that is covered by intellectual property rights, like photos and videos ("IP content"), you specifically give us the following permission, subject to your privacy and application settings: you grant us a non-exclusive, transferable, sub-licensable, royalty-free, worldwide license to use any IP content that you post on or in connection with Facebook ("IP License"). This IP License ends when you delete your IP content or your account unless your content has been shared with others, and they have not deleted it.”

Dette illustrer hvordan brukervilkår på sosiale nettsteder kan utformes. Vilkårene kan synes urimelige og i mange tilfeller er ikke brukerne bevisste på omfanget av hva de samtykker til. Nettstedet benyttes av millioner av mennesker hver dag,⁸⁷ og er det mest populære nettstedet globalt og nasjonalt etter Google,⁸⁸. Det er også på det rene at en Facebook brukers personvern avhenger av andres adferd i forhold til bildepublisering.

I følge forbrukerrådet er ikke avtalen mellom brukere og nettstedet juridisk bindende.⁸⁹ Forbrukerrådet har klaget inn Facebook og Zynga til Datatilsynet med et ønske om en markering av at:

” ...norsk lov skal anvendes når et nettsted retter seg spesifikt mot norske forbrukere, slik tilfellet er med Facebook. De skal ikke kunne avtale seg bort fra våre lovpålagte rettigheter eller vise til lover i California, sier Nortvedt.”⁹⁰

⁸⁶facebook.com <http://www.facebook.com/terms.php>

⁸⁷facebook.com: <http://www.facebook.com/facebook?sk=info>

⁸⁸ alexa.com: <http://www.alexa.com/topsites/countries/NO>

⁸⁹ Fuglehaug 26.05.2010:

<http://www.aftenposten.no/forbruker/digital/nyheter/article3665553.ece>

⁹⁰ ibid

Forbrukerrådets synspunkt er i samsvar med personvernkommissjonens uttalelser om de såkalte ”clic-wrap”- avtalene som inngås når man registrerer seg som bruker. I NOU 2009:1 stiller kommisjonen spørsmål ved om slike avtaler kan anses bindende og uttaler at avtalene synes ”...urimelige sett fra brukerens ståsted. Som regel innebærer de blankoavskrivning av ulike rettigheter, inklusive personvernrettigheter, og de inneholder klausuler som gir tjenesteyter rett til når som helst å endre avtalen.”⁹¹

Om en bruker er bundet av standardvilkårene må bero på en konkret vurdering. En hovedregel er imidlertid at avtalen er bindende dersom vilkårene blir presentert for brukerne på en ”rimelig klar og uforbeholden måte *før* avtaleslutningen.”⁹² Som Palmer redegjør for i sin avhandling er Facebooks brukervilkår vanskelig å sette seg inn i for store deler av brukergruppen.⁹³ De er utformet på engelsk og på flere punkter benyttes avanserte juridiske formuleringer. Brukervilkårene som jeg har gjengitt ovenfor viser at en bruker, som personvernkommissjonen også påpekte, oppgir grunnleggende personvernrettigheter ved å akseptere brukervilkårene. Dette kommuniseres ikke tydelig til brukeren i det han registrerer seg. En 16 åring som melder seg inn på Facebook for å sosialisere seg med venner og kjente, vil neppe reflektere betydelig over at det kan medføre avkall på de personvernrettigheter som åvl § 45 c tilgodeser. Det at en person etter brukervilkårene blir vesentlig dårligere stilt i forhold til åvl. § 45 c taler for skjerpede krav til vedtakelsen.⁹⁴

Et relevant moment i vurderingen av avtalevilkårenes urimelighet, er styrkeforholdet mellom partene. Som det går frem av avtl. § 36 skal hensynet til partenes stilling tas i betraktning. Facebooks næringsvirksomhet er utbredt over hele verden⁹⁵ og forholdet til medlemmene må anses som et forbrukerforhold. Hvor den ene part er i en underlegen

⁹¹ NOU 2009:1 side 110

⁹² Woxholt, 2003 side 197

⁹³ Palmer 2010, s. 52

⁹⁴ Woxholt, 2003 s. 200

⁹⁵ Se Bisgaard 15.-28. April 2011. I følge artikkelen sitter Facebook på en ”...oversikt over 600 millioner mennesker og hvem de er venner med”.

posisjon vil lemping lettere tenkes.⁹⁶ Det er imidlertid ikke tilstrekkelig grunnlag til lemping at parten kunne vært bedre stilt.⁹⁷ Uklarhetsregelen som nå er lovfestet i avtl. § 37 første ledd nr. 3 tilsier at tvil om et vilkår skal tolkes til gunst for brukeren.

Det er så vidt meg bekjent ikke rettspraksis som har behandlet retten til personbilder i forbindelse med nettsteders brukervilkår. Som forbrukerombudet uttaler: "Facebook opererer i et tilnærmet lovtomt rom når det gjelder personvern og brukervilkår".⁹⁸ Jeg vil imidlertid anta slik de ovennevnte vurderinger taler for at brukervilkårene vil kunne settes til side etter en rimelighetssensur. Avtl. § 36 må også sees i sammenheng med markedsføringsloven § 22 (tidligere § 9 bokstav a).⁹⁹ Denne bestemmelsen gir markedsmyndighetene kompetanse til å kontrollere og forhandle med næringsdrivende om bruken av avtalevilkår. Hovedområdet for anvendelsen av bestemmelsen er vilkår i standardkontrakter.¹⁰⁰ For en mer detaljert redegjørelse av brukeravtalene se Palmer 2010 side 48-54.

2.5 Særskilt oppregnende unntak

Utgangspunktet er full rådighet over eget bilde for avbildede. Fra denne hovedregel oppstilles det flere unntak som utgjør avgrensinger i avbildedes rett. Det er flere tilfeller hvor konkurrerende hensyn må tas i betraktning.

⁹⁶ Palmer 2010 s. 51

⁹⁷ *ibid*

⁹⁸ Fuglehaug 26.05.2010

<http://www.aftenposten.no/forbruker/digital/nyheter/article3665553.ece>

⁹⁹ Woxholt 2003 s. 369

¹⁰⁰ Gyldendal rettsdata, note 82 til markedsføringsloven § 22

2.5.1 Aktuell og allmenn interesse

Etter åvl § 45 c a) åpnes det for at bilder som er av aktuell og allmenn interesse kan publiseres uten samtykke fra den avbildede. Dette er det mest praktiske unntaket, men det er også svært omfattende og omstridt. Om det foreligger aktuell og allmenn interesse må bero på en helhetsvurdering av den konkrete publiseringen. Som nevnt ovenfor skal bestemmelsen tolkes i samsvar med EMKs artikkel 8 og 10. I følge EMDs praksis er hensynet til den allmenne interesse et av de viktigste kriteriene for beskyttelse av ytringsfriheten.¹⁰¹

Det er viktig å påpeke at det er selve avbildningen som må være av aktuell og allmenn interesse. Dette presiseres i Rt. 1987 s. 1082: ” Kravet om aktuell og allmenn interesse må være knyttet til det bildet som det er aktuelt å benytte. Ut fra dette må det vurderes hva bildet forteller og hvor relevant dette er for den situasjon som aktuelt foreligger.” (s. 1087)

Kravet til aktualitet angir et tidsperspektiv og tilsier en situasjonsbestemt vurdering. Et bilde som faller inn under unntaket i et tilfelle, vil ikke nødvendigvis være omfattet i et annet. Som retten uttaler i samme dom: ” Det kan være at den det gjelder må tåle å bli avbildet i en bestemt situasjon eller tidsrom, men at han senere må ha krav på beskyttelse mot den publisitet som ligger i ny avbildning. I denne forbindelse vil ikke bare tidsforløpet ha betydning, men også den situasjon vedkommende befinner seg i.”(1086)

Kjente personer vil ha et svakere vern enn privatpersoner. Som det ble uttalt i Blichfeldt-dommen :“Den som ikke har søkt offentlighetens lys må ha et sterkere krav på personvern enn den som har stilt seg selv til skue I det offentlige liv” Rt. 1994.174 (s. 182) Se også

¹⁰¹ Eggen, 2000 s.236

forarbeidene til fotografiloven av 1909.¹⁰² ”Den almindelige regel om den afbildede persons samtykke kan ikke opstilles uden begrænsning. Enkelte personer tilhører paa grund af sit virke mer samfundet end de øvrige. Andre træder ved en enkelt begivenhed eller anledning for et øieblik ud af privatlivets halvllys. I saadanne tilfælde bør dagspressen og den illustrerede presse have lov til at offentliggjøre et fotografi af vedkommende person uden at behøve at indhente hans samtykke”. Det er altså klart at kjente personer må tåle offentliggjøring av bilder i større grad en privatpersoner når det knyttes til offentlige eller samfunnsaktuelle anliggender.

Rettsstilstanden er imidlertid noe uklar når det gjelder kravet til allmenn interesse. Som Are Stenvik uttaler kan det synes som at bryllupsfotodømmen snur opp ned på utgangspunktet i åvl. § 45c.¹⁰³ Jeg vil først se på relevant rettspraksis forut for bryllupsfotosaken. Av eldre rettspraksis er saken mellom Se og Hør og Diana Ross/Arne Næss av interesse. Konflikten gjaldt spørsmålet om Se og Hør kunne trykke bilder fra et videoopptak gjort av NRK. Bildene i Se og Hørs reportasje viste et bilde av ekteparet og deres barn i forbindelse med NRKs intervju. Høyesterett kom til at publiseringen var i strid med den nå opphevede § 8(2) i fotografiloven.¹⁰⁴ Ved tolkningen av uttrykket ”dagshending”, bemerket retten at begrepet ikke omfatter ”kjendisreportasjer” som beretter om trivielle begivenheter. Hendelsen må ha ”...et visst minstemål av generell nyhetsverdi”.¹⁰⁵

EMD vurderer et liknende tilfelle i Case of Von Hannover vs. Germany av 2004. Retten påpeker her at ytringsfriheten ikke står like sterkt hvor bidraget er rene underholdningsnyheter.¹⁰⁶ Det uttales at det må foretas en snevrere tolkning av

¹⁰² Udkast til lov om fotografirett med motiver. Afgivet til Kirke- og Undervisningsdepartementet af den under 29. desember 1906 nedsatte komité. Christiania 1907 s. 13

¹⁰³ Stenvik, 2009

¹⁰⁴ Lov 1960.06.17 nr. 1

¹⁰⁵ Rt. 1995 s.1948, side 1953 nest siste avsnitt.

¹⁰⁶ Von Hannover, avsnitt 65 og 66

ytringsfriheten i tilfeller hvor publiseringen alene tilfredsstiller folks nysgjerrighet.¹⁰⁷ I premiss 76 uttrykker retten at den avgjørende faktoren i avveiningen mellom privatlivets fred og ytringsfriheten må ligge i ”...the contribution that the published photos and articles make to a debate of general interest”.

Dette synet ble fulgt opp i Rt. 2007 s. 687. Saken gjaldt Se og Hørs publisering av tre reportasjer om samlivsbruddet til to tidligere deltakere i Big Brother. Høyesterett kom til at de publiserte reportasjene ikke hadde noe element av samfunnsdebatt i seg og at opplysningene om paret var ”...klart utanfor det området som reglane om ytringsfridom siktar på å regulere.”¹⁰⁸ Det ble uttalt at om opplysningene var sanne eller usanne ikke er sentralt, så lenge det foreligger en krenkelse av privatlivets fred.¹⁰⁹ Allmenn interesse ble også vurdert som et kriterium for publisering i Rt. 2008 s. 489 (Plata- dommen). Selv om retten kom til at det forelå en krenkelse av privatlivets fred, ble publiseringen ansett som rettmessig da saken knyttet seg til” et spørsmål av vesentlig samfunnsmessig betydning, og saken hadde stor offentlig interesse.”(54)En oppsummering av rettstilstanden etter disse avgjørelsene samsvarer med utgangspunktet i åvl. § 45c. Personopplysninger som ”objektivt sett har en viss grad av sensitivitet”¹¹⁰ kan ikke publiseres uten samtykke. Unntak kan imidlertid begrunnes dersom de utgjør en viss allmenn interesse.

Bryllupsfotodommen¹¹¹ representerer trolig et avvik fra tidligere rettspraksis. Saken gjaldt spørsmål om oppreisning for krenkelse av privatlivets fred jfr. Strl. § 390. Åvl. § 45 c ble anført subsidiært. Ukebladet Se og Hør hadde publisert en reportasje med bilder fra bryllupet til Lars Lillo-Stenberg og Andrine Sæther. Paret hadde ikke samtykket til

¹⁰⁷ Von Hannover, avsnitt 66

¹⁰⁸ Rt. 2007 s. 687 (Big Brother) avsnitt 72.

¹⁰⁹ Ibid. Avsnitt 81

¹¹⁰ Rt. 2007 s. 687 avsnitt 59

¹¹¹ Rt. 2008 s. 1089

publiseringen og bildene ble tatt med en telelinse på 200-250 meters avstand.¹¹² Flertallet kom til at reportasjen ikke krenket privatlivets fred. Jeg bemerker at dommen ble avsagt under dissens 3:2. I likhet med tidligere rettspraksis fant retten at reglene må leses med en rettstridsreservasjon og tolkes i lys av EMK art. 8 og art. 10. Det blir også slått fast at ytringsfriheten ikke har særlig tyngde når det gjelder rene underholdningsnyheter.¹¹³ Dette er også de dissenterende dommere enige i. Det er totalvurderingen av forholdet som skiller flertallet og mindretallet. Det som synes å bli det avgjørende moment for resultatet ved avveiningen, var at innholdet ikke ble ansett som belastende eller potensielt svekkende for ekteparets omdømme.¹¹⁴ Som Are Stenvik fremhever i LoD-2009-97-08, virker det som at det var ”...*fraværet av sterke personvern hensyn* som var utslagsgivende for flertallet.”¹¹⁵ I motsetning til mindretallet og tidligere rettspraksis, utelater flertallet å drøfte om reportasjen utgjør ”et minimum av allmenn interesse”. Dette blir problematisk i forhold til forståelsen av åvl § 45c. Slik linjene trekkes opp i førstvoterendes votum blir utgangspunktet, som Are Stenvik poengterer, at det er ”*pressefriheten*, og ikke personvernet, som skal anses som utgangspunktet og hovedregelen, og at det er begrensningene i pressefriheten som krever en særskilt begrunnelse”.¹¹⁶

Spørsmålet er så hvordan rettstilstanden er i etterkant av Bryllupsfoto dommen. Førstvoterende uttaler i premiss 55 at løsningen ville blitt den samme med åvl § 45c som rettsgrunnlag og at denne regelen også må ”lesast med ein rettstridsreservasjon og på bakgrunn av EMK art 8 og art 10”. Dette var flertallet og mindretallet enige om og må anses som gjeldende rett.

¹¹² Rt. 2008 s. 1089 avsnitt 52

¹¹³ *ibid* avsnitt 39.

¹¹⁴ *Ibid* avsnitt 47

¹¹⁵ Stenvik, 2009, avsnitt 6

¹¹⁶ *ibid*

Den ulike forståelsen av den konkrete avveiningen må imidlertid ha betydning for dommens vekt. Av betydning er det også at førstvoterendes votum strider med de linjer som fulgte av tidligere rettspraksis . Ved vurderingen mellom ytringsfrihet og personvern vil det være et avgjørende moment i avveiningen om ytringen er av allmenn interesse . At dette momentet ikke tillegges vekt i bryllupsfotodommen representerer ett markant brudd med det oppstilte mønsteret og svekker avgjørelsens prejudikatsverdi. Dommen har også vært gjenstand for kritikk i juridisk teori.¹¹⁷ Jon Wessel Aas uttaler i en artikkel i Lov og Rett 2008,¹¹⁸ at frifinnelsen av Se og Hør ikke ”...ville kunne begrunnes dersom man hadde fulgt den metoden og innfallsvinkelen til den avgjørende interesseavveiningen som etter min mening følger av EMK og tidligere rettspraksis fra EMD og Høyesterett.”¹¹⁹Wessel-Aas kommenterer at EMD antageligvis ville konstatert at dommen i bryllupsfotosaken krenket EMK art 8, dersom saken hadde blitt prøvd. Dette taler for at dommens rettsskapende effekt er usikker og det er vanskelig å oppstille klare linjer for hva som skal oppfattes som gjeldende rett.

Antageligvis må avgjørelsen som Wessel-Aas uttaler ”leses mer konkret”.¹²⁰ Som han påpeker avslutningsvis i sin artikkel er det to typetilfelle hvor offentliggjøring av personlige opplysninger kan forsvares selv om de ikke er av allmenn interesse. Også mindretallet i bryllupsfotodommen er enig med førstvoterende i at det ”...ikke kan utelukkes at det også utenom det som tjener samfunnsdebatten vil kunne forsvares å offentliggjøre personlige forhold”.¹²¹

¹¹⁷ se blant annet Stenvik(2009) og Wessel-Aas (2008)

¹¹⁸ Wessel- Aas, 2008

¹¹⁹ ibid, side 607, siste avsnitt

¹²⁰ ibid, side 605

¹²¹ Rt. 2008 s. 1089 avsnitt 67

Det første Wessel-Aas viser til er tilfeller hvor personen som blir eksponert, frivillig har rettet offentlighetens lys mot private anliggende. Flertallet i bryllupsfotodømmen la vekt på at det var tale om en vielse med ”ekstraordinært opplegg” som skjedde på et sted som var åpent for allmenn ferdsel og som ”direkte påkalla merksemd frå utanforståande”.¹²² I Big Brother- dommen ble dette synspunkt også fremhevet som relevant. Det ble uttalt at den som selv har søkt rampelyset ”må ta konsekvensene av det også i ettertid”(premiss 78). Argumentet ble også understreket i Blichfeldt dommen som jeg viste til ovenfor.¹²³ Se også Rt. 1994 s. 506 på side 517. For det andre kan offentliggjøring forsvares ved skildringer av offentligheten hvor situasjonen som foreviges er det viktige og ikke personene på bildet. Åvl. § 45 c, litra b og c som jeg vil gjøre rede for nedenfor, oppstiller unntak som er begrunnet i slike hensyn.

2.5.2 Avbildningen er mindre viktig enn hovedinnholdet i bildet

Unntaket i åvl. 45 c litra b omfatter bilder hvor ”personen er mindre viktig enn hovedinnholdet i bildet”. Dette unntaket dreier seg om situasjoner hvor personavbildningen i seg selv ikke er det viktige motivet ved fotograferingen. Det er ikke uvanlig at det tilfeldigvis kommer med personer på bilder man tar i offentlighet. Hvor hensikten med fotograferingen er å skildre en situasjon eller begivenhet vil personavbildninger ofte anses som mindre viktig enn det motiv fotografen tar sikte på å fremstille. Se her ”Flyktningskip-dommen” fra Oslo byrett.¹²⁴ Retten kom til at personene på bildet i denne saken var mindre viktig enn hovedinnholdet. Personene på bildet var ”anonymisert og fremsto som flyktninger/asylsøkere, ikke som individualiserte medlemmer av en somalisk familie”¹²⁵

¹²² Rt. 2008 s. 1089 avsnitt 50-51

¹²³ Rt. 1994 s. 174 side 182

¹²⁴ Oslo byrett: 3236/89-9

¹²⁵ Jordahl 1996, s. 67

I den ovenfor nevnte påskebildekjennelsen (2.4.3) ble unntaket anført av reklamekonsulentens forsvarer. Dette vant ikke frem da Høyesterett sa seg enig med byretten i at det ikke var tvilsomt at "...bildene av de nevnte personer er en essensiell del av fotografiet, slik at det ikke går inn under unntaksbestemmelsen i punkt nr. 2 i § 15 i fotografiloven...".¹²⁶

I Rt. 2009 s. 1568 (Artic Challenge) ble det samme unntaket påberopt med tilsvarende utfall. Saken gjaldt den kommersielle utnyttelsen av et bilde av en amerikansk snøbrettkjører. Retten fant at avbildningen av snøbrettkjøreren var det sentrale ved bildet og at det var utvilsomt at unntaket ikke fikk anvendelse.¹²⁷

Selv om personavbildningen ikke er det essensielle eller sentrale, må det foretas en krenkelsesvurdering hvor avbildedes behov for vern overveies.¹²⁸ Dersom man en sommerdag tar bilder på en offentlig strand og tilfeldigvis får en toppløs dame med i bildet, vil offentliggjøring ganske klart være integritetskrenkende. Det må foretas en konkret vurdering fra sak til sak, hvor dagens muligheter i forhold til bildebehandling er et moment som må tas i betraktning. Måten bildet fremstår må bedømmes. Selv om den toppløse damen tilsynelatende ikke fremtrer på bildet, kan man med dagens teknologi zoome og forstørre deler av et bilde slik at damen fremkommer i aller høyeste grad.

¹²⁶ Rt. 1983 s.637 side 641

¹²⁷ Rt. 2009 s. 1568 avsnitt 32

¹²⁸ Galtung, Gyldendal rettsdata, note 100 til åvl § 45 c.

2.5.3 Offentlige begivenheter av allmenn interesse

Dette unntaket er i samme kategori som unntaket i litra b og omfatter tilfeller hvor ”bildet gjengir forsamlinger, folketog i friluft eller forhold eller hendelser som har allmenn interesse”, jfr. Åvl § 45c litra c. Bestemmelsen tar sikte på avbildninger hvor formålet er å ”...dokumentere det som skjer og ellers vise folkelivet ved hendelsen.”¹²⁹ Et typisk eksempel på begivenheter som omfattes av bestemmelsen er 17. mai tog og demonstrasjoner. Det er åpenbart at man ved fotografering under en demonstrasjon vil komme til å avbilde en rekke mennesker som ikke har samtykket til publisering. Som det går frem av dette unntaket er det ikke alltid nødvendig å innhente samtykke dersom det er en skildring av demonstrasjonen som er målet med avbildningen. Det er imidlertid grenser for unntakets anvendelse.

Først og fremst stilles det krav til at begivenheten er av allmenn interesse. Her overlappes kravet til allmenn interesse i litra a.¹³⁰ Som for de øvrige unntak må regelen tolkes i lys av EMK art. 8 og art. 10, og avbildedes behov for vern må vurderes. I Rt. 2009 s. 265 (Memodommen) ble bladet Memo dømt til å betale oppreisning til en mann av libanesisk opprinnelse som ble fotografert da han deltok i en demonstrasjon mot karikaturtegningene av Muhammed. Bildene ble brukt en måned etter demonstrasjonen i en helt annen sammenheng. Retten uttalte at i ”...en reportasje som direkte omhandlet demonstrasjonstoget, hadde det neppe vært i strid med åndsverkloven § 45c å bruke bildet på magasinets forside”¹³¹ Bildet ble imidlertid brukt på forsiden av magasinet i en negativ sammenheng i forbindelse med en debatt om integrering av innvandrere. Selv om debatten var av aktuell og allmenn interesse ble bruken av bildet ansett som en krenkelse av åvl § 45 c tolket i lys av EMK art. 8 og art 10. Retten uttalte at ”...dersom en demonstrant risikerer at et bilde som det aktuelle, senere fritt skal kunne brukes uten noen tilknytning til

¹²⁹ Jordahl 1996, s. 68

¹³⁰ Tvetter 2009 s. 38

¹³¹ Rt. 2009 s. 265 avsnitt 39

demonstrasjonen der det ble tatt, vil dette kunne virke dempende på motivasjonen til å delta og dermed i praksis redusere vedkommendes ytringsfrihet.”¹³²

2.5.4 Reklame for fotografens virksomhet

Dette unntaket hjemler en rett for fotografen til å bruke egne bilder i kommersielt øyemed såfremt den avbildede ikke nedlegger forbud. Unntaket er begrunnet i hensynet til fotografens enerett.¹³³ Det går frem av ordlyden at unntaket omfatter eksemplar av bildet som ”vises”. Dette taler for at publiseringer på nett ikke omfattes av unntaket.¹³⁴ Visning vil slik Palmer påpeker i sin avhandling normalt innebære utstilling i fotografens lokaler.¹³⁵

2.5.5 Bildet brukes som omhandlet i § 23 tredje ledd eller § 27 andre ledd

Til slutt oppstilles det unntak fra samtykkekravet for bruk av bilder i biografier, § 23 tredje ledd og i forbindelse med etterlysninger, § 27 andre ledd. For biografier gjelder ikke bestemmelsen for digital gjengivelse, med mindre det dreier seg om ”en ikke ervervsmessig gjengivelse”, jfr. § 23 fjerde ledd. Biografier på nett må altså være gratis dersom bildepublisering skal være unntatt fra samtykkekravet.

2.6 Reservasjoner

Selv om publisering kan begrunnes i de nevnte unntak kan det tenkes tilfeller hvor det likevel bør gjelde reservasjoner i forhold til unntaksreglene. Hvor et bilde er brukt i kommersiell sammenheng vil det gjelde et ”særlig aktsomhetskrav”, jfr. Rt. 1983 s. 637.¹³⁶ Se også Rt. 2009 s. 1568 avsnitt 32 og 43.

¹³² Rt. 2009 s. 265 avsnitt 63

¹³³ Galtung, note 102 til åvl. § 45c Gyldendal rettsdata

¹³⁴ Palmer 2010, s. 57

¹³⁵ *ibid*

¹³⁶ Rt. 1983 s. 637 (Påskebildekjennelsen) side 640

Det bør også gjelde en reservasjon i tilfeller hvor avbildede protesterer mot bruk av bildet. I TOSLO 2008-108668 som ble stadfestet i Høyesterett,¹³⁷ ble det ved interesseavveiningen lagt vekt på at skuespilleren Mauseth gjennom en nakenklausul hadde protestert mot publisering. Mauseth hadde deltatt i en samleiescene i en film som ble vist i forbindelse med en parodi på scenen. Videre bør det gjelde en reservasjon hvor det er snakk om utilbørlig og illojal bildepublisering. For eksempel hvor et bilde er manipulert eller feilaktig vinklet. Bilder som skildrer sensitive eller krenkende opplysninger om en person vil også falle i denne gruppen. For en nærmere redegjørelse av reservasjonstilfellene se Jongers avhandling s. 63-69.

3 Lovens utfordringer/begrensninger i dagens samfunn

Som jeg har vist til ovenfor møter åvl. § 45c flere utfordringer i dagens samfunn. Det jeg har konsentrert meg om i denne oppgaven er medias bruk av personbilder og den teknologisk utviklingen som har medført til en strøm av publiseringer på nett av ”folk flest.” Som kommunikasjonsdirektør i datatilsynet Ove Skåra, uttaler til ANB er det:”... enorme utfordringer i det vi kaller det redaktørløse rommet”¹³⁸

I NOU 2009:1 ”individ og integritet”, konstaterte personvernkommisjonen at det på fotorettens område ikke var nødvendig å innføre strengere bestemmelser en de som gjelder i dag. I forhold til § 45 c uttalte kommisjonen at bestemmelsen: ” innebærer at det i de fleste situasjoner vil være nødvendig med samtykke fra den avbildede før et bilde som viser en person gjengis eller vises offentlig” side 121, siste avsnitt. Personvernkommisjonen peker imidlertid på den uklare rettstilstanden etter bryllupsfotodømmen og understreker at det ved den forestående revisjon av åndsverkloven bør presiseres :”...hvordan avveiningen

¹³⁷ Rt. 2010 s. 366

¹³⁸ an.no Publisert 05.03.2010: <http://www.an.no/nyheter/article5006805.ece>

gjennom vern av eget bilde (åndsverkloven § 45c) skal være å forstå i forhold til de øvrige lovbestemmelsene og avveiningen mellom EMK artikkel 8 og 10.”¹³⁹ En annen svakhet i loven som kommisjonen peker på, er som jeg nevnte ovenfor (2.4.3.2.) utstrekningen av foreldres samtykkemyndighet på vegne av egne barn.

Det er ikke først og fremst pressen som står for uønsket offentliggjøring av personbilder i dagens samfunn. Daglig publiseres bilder av privatpersoner på sosiale nettsamfunn, blogger, hjemmesider og lignende. I disse tilfellene er ikke problemet nødvendigvis uklarheten i forhold til avveiningen mellom ytringsfrihet og privatlivets fred som skaper problemer. Det er tvilsomt at en revisjon av loven alene vil rette opp folks etterlevelse. Hvilken virkning en lov har avhenger også av hvordan den virker sammen med andre forhold. Problemer som defineres som rettslige kan i realiteten bero på sosiale, økonomiske og politiske forhold. Bestemmende for om en lov virker etter intensjonen er om den:” ”lander” i et sosialt ”landskap”, en sosial situasjon, som forhindrer de tilsiktede virkninger.”¹⁴⁰ Oppgavetemaet er interessant i retts sosiologisk perspektiv, men tiden begrenser en inngående retts sosiologisk fremstilling. Jeg vil imidlertid komme med noen betraktninger.

Som statistikken til Slettmeg.no viser (se vedlegg 1) er det i 40 % av tilfellene venner og bekjente som står for den uønskede bildepubliseringen. I 5 % av tilfellene er det noen i familien som har publisert bildet. I disse tilfellene blir retten en fremmed faktor. Det kan sammenliknes med eksemplet fra retts sosiologien hvor det ble gjort undersøkelser på i hvilken grad hushjelploven virket etter sin hensikt.¹⁴¹ De personlige relasjonene mellom arbeidsgiver og arbeidstaker var en faktor som virket mot etterfølgelsen av loven. Arbeidet foregikk i hjemmet hvilket gjorde gjeldende rettigheter og plikter mer distanserte enn de ville vært eksempelvis på et kontor. De som kjente til normene fulgte imidlertid reglene i større grad enn de som ikke kjente til dem. Dette bringer oss videre til en annen

¹³⁹ NOU 2009:1 Side 122 (13.5.2 siste avsnitt)

¹⁴⁰ Mathiesen (2011), s 75.

¹⁴¹ Mathiesen (2011)s. 54

foranledning til lovens manglende effekt. Kjennskap til reglene er en vesentlig forutsetning for at de skal etterleves. Det lave antallet dommer på området taler for at man i de færreste tilfeller benytter domstolene hvor man har vært utsatt for krenkelse av retten til eget bilde. Folk flest er ikke bevisste på lovreglene og er ikke klar over hvilke rettigheter de har. Som Lars-Henrik Paarup Michelsen uttaler i mail av 28. Februar 2011 (se vedlegg 1) er det overraskende få som er klar over at hovedregelen er at man må innhente samtykke av avbildede. Det store antallet mindreårige som benytter seg av sosiale medier har ofte liten innsikt i lover og regler, og nye undersøkelser viser at stadig flere bryter aldersgrensene når de melder seg inne i sosiale nettverk.¹⁴² I denne forbindelse vil holdningsskapende arbeid og opplysningsvirksomhet ha mye for seg. Et eksempel på at bevisstgjøring hjelper ser man på tallene fra medietilsynets rapport om barn og digitale medier fra 2010.¹⁴³ På spørsmål om hvorfor de ikke ville legge ut personlige opplysninger på nett svarte 53 % at grunnen til dette var at de hadde lært om trygg bruk på internett.¹⁴⁴ På side 27 i rapporten påpekes det at dette er en økning i andelen fra tidligere undersøkelser. Det er i dag mye nyttig informasjons- kompetanse som opplyser om nettvett, gjeldende lovverk og digital dømmekraft.¹⁴⁵

¹⁴² Fuglehaug, 26.05.2010:

<http://www.aftenposten.no/forbruker/digital/nyheter/article3665553.ece>

¹⁴³ medietilsynet.no:

http://www.medietilsynet.no/Documents/Trygg%20bruk/Rapporter/Barn%20og%20digitale%20medier/100319_Del_2.pdf side 29 i rapporten.

¹⁴⁴ ”Medietilsynets Trygg bruk- prosjekt er det nasjonale koordineringsorganet for kunnskapsspredning og tiltak rettet mot trygg bruk av digitale medier for barn og unge. Trygg bruk- prosjektet er en del av et EU-finansiert program som har som mål å fremme sikker bruk av Internett blant barn og unge.” <http://www.medietilsynet.no/no/Trygg-bruk/Nyheter/Rapport-Barn-og-digitale-medier-2010/>

¹⁴⁵ Slettmeg.no (se nedenfor 4.1), nettvett.no, tryggbruk.no, Rettet mot barn: Redd Barna, barnevakten.no, dubestemmer.no m.f.

I NOU 2009:1 side 111, trekker personvernkommissjonen frem ”allmenmoralen/folkeskikken” som en viktig faktor for å styrke personvernet i dagens samfunn. Det er klart at de normer og verdier som har festet seg i et samfunn har en betydelig innvirkning på etterlevelsen av lovregler. For massemedias vedkommende har PFU gjennom ”vær varsom plakaten” oppstilt etiske retningslinjer å forholde seg til, men for folk flest som ikke publiserer bilder av journalistiske formål er det ikke oppstilt slike etiske retningslinjer. I personvernkommissjonens rapport ble behovet for retningslinjer og et organ som håndterer konflikter rundt ytringer på nett(herunder uønsket bildepublisering) vurdert. (side 122-125) Med utgangspunkt i Galtungs notat ”nemd for internett” ble behovet for et slikt organ belyst.¹⁴⁶ Datatilsynets tjeneste Slettmeg.no er resultatet av regjeringens oppfølging av rapporten. Tjenesten er et alternativ til domstolsbehandling som ofte vil være lite egnet for denne typen konflikter. Som det påpekes i personvernkommissjonens rapport,¹⁴⁷ vil rettsapparatet være lite effektivt og kostnadskrevende. Rask behandling er viktig for å minske skadevirkningene av den uønskede publiseringen. I mange tilfeller er rettsapparatet også uegnet da det er mindreårige som legger ut bildene på nett. Se mer om Slettmeg.no nedenfor under 4.1.

Altså er det av stor betydning for at lovreguleringen skal virke etter sin hensikt at folk har kjennskap til den og at den er i samsvar med samfunnets normer og verdier. Men som påpekt ovenfor er det viktig å klargjøre hvordan avveiningene i loven skal forstås. Det er nødvendig med klarhet og forutsigbarhet både for pressen og resten av samfunnet. Det er nødvendig å se dynamikken og tilpasse seg endringene i samfunnet. Altså er det viktig som personvernkommissjonen peker på å presisere hvordan loven skal forstås. Som norsk redaktørforeningen uttalte i forbindelse med høringsrunden til ytringsfrihetskommisjonens forslag om å vurdere en ny grunnlovsbestemmelse om personvern: “...en utredning om vern av privatlivets fred kan ha en egenverdi, ettersom de generelle oppfatningene av hva privatlivet er i forhold til det offentlige rom er sprikende.”¹⁴⁸

¹⁴⁶ Galtung, 2009.01.13

¹⁴⁷ NOU 2009:1 side 122

¹⁴⁸ St. Meld. Nr. 26 (2003-2004)

I Norsk presseforbunds høringsuttalelse til NOU 2009:1, uttales det at det bør overlates til domstolene å sette grensene for den private sfære ”...herunder når formidlingen av en opplysning kan anses å ha allmenn interesse”.¹⁴⁹ Dette underbygges ved å vise til forarbeidene til den nye bestemmelsen i straffeloven § 267, Ot.prp. nr. 22 (2008-2009) s. 149-150. Det uttales videre at rettspraksis som foreligger i dag gir nok veiledning for anvendelsen av bestemmelsen og at eventuelle endringer må skapes gjennom rettspraksis i tråd med utviklingen i samfunnet. I Ot.prp. nr.22 (2008-2009) uttaler departementet at det er vanskelig å stille opp generelle retningslinjer for hvor grensene skal trekkes da vurderingen vil bero på en ”...sammensatt avveining av hensynet til ytringsfrihet og personvern...” som vil variere fra situasjon til situasjon. Et ytterligere poeng departementet peker på er at hensynet til ytringsfrihet og personvernet vil endre seg gjennom rettspraksis særlig i EMD og at det derfor vil være” hensiktsmessig å overlate den nærmere grensedragningen til rettspraksis.”

Det bemerkes ikke noe videre i presseforbundets uttalelse eller forarbeidene til den nye straffebestemmelsen, om den usikkerheten bryllupsfotodømmen synes å ha skapt. Mye taler for at pressen har tolket dommen slik at man fritt kan ta bilder i offentligheten med telelinse. Dommen ble i nettavisen journalisten.no omtalt som en ”seier for norsk presse”.¹⁵⁰ Som omtalt ovenfor (2.5.1) vil dette utgangspunkt være problematisk i forhold til hovedregelen i åvl § 45c. For at det ikke skal utvikle seg en praksis som tenderer på ytterkant av bestemmelsen, er det behov for at lovgiver gir uttrykk for hvordan bestemmelsen skal forstås og hvordan grensedragningen bør foretas. Det er lovgiver som bør å sørge for at bestemmelsen tilpasses endringene i samfunnet.

Det er også behov for avklaring i forhold til samtykkekravet og foreldreansvaret. Som nevnt under 2.4.3.2 foreslo personvernkommissjonen i NOU 2009:1 at samtykkekravet utredes i forbindelse med revisjonen av personopplysningsloven.

¹⁴⁹ Norsk presseforbunds høringsuttalelse til NOU 2009:1. s. 3

¹⁵⁰ Jensen, 02.09.2008 <http://www.journalisten.no/story/54101>

4 Krenkedes tilbud i dagens samfunn.

4.1 Råd og veiledningstjeneste Slettmeg.no (datatilsynet)

Som nevnt ovenfor ble behovet for et alternativ til rettsapparatet, i forhold til krenkelser på nett, som ”...kunne gi publikum et bedre tilbud i forhold til dagens situasjon”,¹⁵¹ drøftet i NOU 2009:1. Regjeringens svar på dette var prøveprosjektet Slettmeg.no som ble etablert av Datatilsynet på oppdrag fra Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet. Hjelpetjenesten ble lansert 8. mars 2010.¹⁵² Slettmeg.no har ingen myndighet til å slette eller fatte vedtak i konflikter. Oppgaven deres er å fungere som en hjelpetjeneste for folk som er utsatt for krenkelser på nett. Publisering av bilder uten samtykke er et eksempel på krenkelser som netjtjenesten fokuserer på.¹⁵³ Tjenesten er nøytral og gir folk opplysninger og rådgivning om gjeldende rett. De gir også praktisk hjelp og veiledning for hvordan man sletter uønskede publiseringer. I tiden før Slettmeg.no ble lansert var det to veier å gå for folk som hadde blitt utsatt for nettkrenkelser. Man kunne politianmelde forholdet, hvilket ikke alltid ville være like effektivt med tanke på politiets mange saker hvor denne type lovbrudd ikke har høyeste prioritet. Et annet alternativ var å gå til søksmål, som i likhet med politianmeldelse er en tidkrevende prosess. Ved krenkende bildepubliseringen er tiden en viktig faktor for å minske skadevirkningene. Det vil også være besværlig for den krenkede å ty til rettslige skritt eller anmelde et forhold hvor man har en relasjon til den som står for publiseringen. Kostnadene forbundet med en rettssak vil også være et hinder for mange. Som det ble uttalt på markeringen av Slettmeg.nos ettårs dag, 9. Mars 2011 ”et fellestrekk ved mange av de henvendelsene som Slettmeg.no har mottatt er at de som tok kontakt ikke ville fått hjelp av andre instanser.”¹⁵⁴ I løpet av 2010 behandlet Slettmeg.no

¹⁵¹ Galtung, 2009 s. 224

¹⁵² datatilsynets hjemmeside: http://www.datatilsynet.no/templates/Page___3805.aspx

¹⁵³ hjemmesiden til slettmeg.no: <http://www.slettmeg.no/om>

¹⁵⁴ egne notater fra Presseseminar- slettmeg.no 1 år: program: klokken 10.25 ”slik krenkes folk på nett.erfaringer fra første leveår” v/Ole Morten Knudsen og Lars-Henrik Paarup Michelsen, prosjektledere for slettmeg.no

3236 henvendelser.¹⁵⁵ Av disse gjaldt 10 % uønsket bildepublisering.¹⁵⁶ Nettjenesten vil kunne påpeke for den som er krenket hvilke lovfestede rettigheter han eller hun har, og gi hjelp til å formulere seg og gi veiledning på hvordan man praktisk går frem. Da de har juridisk kompetanse vil tjenesten også fungere som en form for rådgivende rettshjelp spesifikt for nettkrenkninger. Nettjenesten har imidlertid ikke myndighet utover dette. I tilfellene hvor hjelpetjenesten ikke strekker til må sakene videreformidles til andre aktører. I 2010 ble 128 av henvendelsene videreformidlet.¹⁵⁷ 41 % av henvendelsene ble brakt videre til politiet.¹⁵⁸ På denne måten får folk en rask behandling av sin sak og hvor en person trenger hjelp utover det Slettmeg.no kan bistå med, blir man henvist til riktig aktør. Fornyings-, administrasjons- og kirkeministeren, Rigmor Aasrud, uttrykte i sitt innlegg anerkjennelse over "...korleis Slettmeg.no. på kort tid har klart å lage ei teneste som oppfyller eit viktig behov".¹⁵⁹ I forbindelse med Slettmeg.nos ettårs markering. Som direktør i datatilsynet, Bjørn Erik Thon uttalte har nettjenesten en strategisk betydning og er et viktig virkemiddel i dagens samfunn hvor juridiske kamper ikke nødvendigvis er den beste løsningsmekanismen. I forhandlinger med de store selskapene vil det ofte være en kombinasjon av press og samtale som gir det beste resultatet. At det finnes tjenester som Slettmeg.no vil ha en oppdragene virkning på de store tjenesteleverandørene.¹⁶⁰ At den europeiske sjefen for offentlig politikk i Facebook, Richard Allan, deltok på Slettmeg.nos ettårs markering og snakket om Facebooks personvern profil taler for at nettjenesten har en slik effekt. Allan presiserte at det var viktig for dem å samarbeide og at det var av felles

¹⁵⁵ Se vedlegg 2.

¹⁵⁶ ibid

¹⁵⁷ slettmeg.nos årsstatistikk 2010, se vedlegg 3

¹⁵⁸ ibid

¹⁵⁹ medietilsynets hjemmeside: <http://www.medietilsynet.no/nno-NO/Nyheiter/Nyheiter/Travel-ar-for-slettmegno/>

¹⁶⁰ Egne notater fra Presseseminar-slettmeg.no 1 år: program: klokken 10.00 "Velkommen-tanker om slettmeg.no sin strategiske betydning" v/ Bjørn Erik Thon, direktør i datatilsynet

interesse for å sikre personvernet. Han gav også uttrykk for at det var ønskelig og unngå ”legal action” ved konfrontasjoner, men i stedet løse konflikter gjennom kommunikasjon og samarbeid.¹⁶¹

Slettmeg.no vil langt på vei kunne bistå en person som har fått sine rettigheter etter åvl § 45c krenket. De mange henvendelsene i det første ”leveåret” taler for at behovet er stort også for andre typer nettkrenkninger enn uønsket bildepubliserings. Nettjenesten ble startet som ett toårig prøveprosjekt finansiert av Fornyings-, administrasjons- og kyrkjedepartementet. På presseseminar i forbindelse med ettårs markeringen fikk nettjenesten som nevnt skryt av ministeren for departementet. Mye tyder på at de metoder tjenesten benytter fungerer i mange tilfeller, og at folk benytter seg av tilbudet. Illustrerende for hvordan Slettmeg.no kan avhjelpe en situasjon, viser historien om Christina som ble vist på tv programmet TV2 hjelper deg 06.04.2011.¹⁶² Christina ble ”stalket” av en ukjent mann på Facebook som opprettet falske profiler i hennes navn og linket de falske profilene til pornosider. Da hun forsøkte å rapportere forholdet til Facebook truet mannen med å manipulere bilder av sønnen hennes og publisere dem som barneporno. Christina forteller til TV2 hjelper deg at hun forsøkte å rapportere forholdet til Facebook uten hell. TV2 hjelper deg, henvendte seg til datatilsynet og Slettmeg.no for å hjelpe Christina. I møte med Lars-Henrik Paarup Michelsen, prosjektleder for Slettmeg.no ble hun vist hvilket skjema som måtte fylles ut, og i følge artikkelen som omtaler saken på TV2s nettside,¹⁶³ blir de falske profilene slettet noen uker senere. Michelsen uttaler i reportasjen at Slettmeg.no ”ukentlig får [vi] henvendelser av folk som opplever det samme...”

¹⁶¹ Egne notater fra Presseseminar-slettmeg.no 1 år: klokken 10.40 ” facebook sine tanker om personvern på nett” v / Richard Allan, European Director of Public Policy (Facebook)

¹⁶² sendt 06.04.2011 på TV2, se klippet på nettv:

<http://www.tv2underholdning.no/hjelperdeg/facebookstalker-ble-til-mareritt-for-christina-20-3460743.html>

¹⁶³ Brekke, 04.04.2011: <http://www.tv2underholdning.no/hjelperdeg/facebookstalker-ble-til-mareritt-for-christina-20-3460743.html>

Mye taler for at net tjenesten Slettmeg.no er kommet for å bli, da behovet er stort og metodene tjenesten benytter seg av ser ut til å være formålstjenelige. De mange henvendelsene viser at tjenesten utgjør et godt supplement til et reaksjonssystem mot krenkelser på nett, ved siden av domstolsbehandling og politianmeldelse. Den stadige digitaliseringen i samfunnet tilsier også at behovet ikke vil bli mindre med årene.

4.2 Behov for et tvisteløsningsorgan

Som nevnt ovenfor er Slettmeg.no et resultat av personvernkommissjonens utredning om behovet for et alternativ til domstolene ved nettkrenkelser.¹⁶⁴ Det er ingen tvil om at net tjenesten har avhjulpet et vesentlig behov i dagens samfunn,¹⁶⁵ og at metodene som brukes for å møte dette behovet i stor grad fungerer. Som det ble uttalt på Slettmeg.nos ettårs – markering, blir som regel oppfordringer og henvendelser fra tjenesten respektert ved konfrontasjoner på vegne av krenkede.¹⁶⁶ Men i tilfeller hvor man møter motstand og aktører ikke gir etter for press, har Slettmeg.no ikke noe mandat til å stoppe en ulovlig nettkrenkelse. Det kan fremholdes at det i dagens samfunn vil være et behov for et tvisteløsningsorgan som har ”retting, sletting og stenging som sanksjon”.¹⁶⁷ Selv om henvendelser som Slettmeg.no ikke kan bøte på selv, henvises videre til domstolene og politiet hvor situasjonen krever dette,¹⁶⁸ er tidsaspektet i slike saker et sentralt moment. Som Slettmeg.no skriver på sin hjemmeside bør man være raskt ute. ”Nettet er enormt og informasjon du eller andre legger ut vil raskt kunne plukkes opp av andre og havne på nye nettstedet...Jo raskere du får informasjonen vekk, jo mindre sjanse er det for at den vil

¹⁶⁴ NOU 2009:1 s. 122 -125

¹⁶⁵ Slettmeg.no håndterte i 2010 til sammen 3236 henvendelser via e-post, telefon, kontaktskjema og chat, se vedlegg 2

¹⁶⁶ Egne notater fra Presseseminar-slettmeg.no 1 år

¹⁶⁷ Galtung 2009, s 243

¹⁶⁸ slettmeg.no årsstatistikk 2010 (hefte s. 27) vedlegg 3

kunne dukke opp senere”.¹⁶⁹ På nettet opererer et vidt spekter av bransjer, og uttallige aktører er mindre seriøse. Obskure nettsteder som motsetter seg fjerning av ulovlige bilder kan utgjøre stor skade for krenkede. I saker av alvorlig karakter vil det ofte være behov for å kunne fatte et hastevedtak om sletting av krenkende bilder. Gode grunner taler for en effektiv behandling av kvalifiserte personer på området for å minske skadevirkningene.

I Europaparlaments- og rådsdirektiv 2000/31/EF art 17 av 8. juni, stilles det krav til at statene skal oppmuntre til ”...at allerede etablerte tvisteløsninger utenfor domstolene, særlig ved forbrukertvister, har prosedyrer som ivaretar partenes interesser.”¹⁷⁰. Denne artikkelen er ikke implementert i ehandelsloven, men er av interesse da den oppfordrer statene til å etablere et tvisteløsningsorgan for nettkrenkelser.¹⁷¹ Det vil også være ”...i tråd med prinsippene i den nye tvisteloven av 17.juni 2005 nr. 90 om at konflikter søkes løst utenfor domstolene”¹⁷² For en mer detaljert fremstilling av behovet for en nemnd for internett, se Galtungs artikkel om temaet i forbindelse med NOU 2009:1 vedlegg 2 s. 224. Jeg nøyer meg her med å påpeke at en slik ordning ikke bør utelukkes. Vi lever i en tidsalder som omfavner teknologiens mange muligheter til å fotografere og publisere. Som Bisgaard skriver i en artikkel i morgenbladet er vi inne i ”Facebooks tidsalder”.¹⁷³ Dette tatt i betraktning vil ikke behovet bli mindre i årene som kommer.

¹⁶⁹ slettmeg.nos hjemmeside: <http://www.slettmeg.no/hjelp>

¹⁷⁰ Ot.prp. nr. 31 (2002-2003) kap. 13.3.1

¹⁷¹ Se også Art. 16 i direktivet hvor statene oppfordres til å oppmuntre ” handels-, nærings- og forbrukersammenslutninger og -organisasjoner til å utarbeide adferdskodekser på fellesskapsplan med sikte på en hensiktsmessig gjennomføring av artiklene 5 til 15 i direktivet”. Nettnemnda var en type ordning artikkelen la opp til å støtte. Se Bing 2008 s. 254-255.

¹⁷² Galtung 2009, s. 226

¹⁷³ Bisgaard, Morgenbladet 15.- 28. April 2011 s. 10

4.3 Pressens Faglige Utvalg – PFU

Hvor pressen publiserer et bilde i strid med åvl § 45 c, vil det som regel også være i strid med ”god presseskikk”. PFU er et klageorgan som behandler klager mot pressen i pressetiske spørsmål.¹⁷⁴ Klageorganet uttaler seg om forholdet til de etiske retningslinjer som er nedfelt i pressens ”Vær Varsom - plakat”¹⁷⁵. I PFU-sak 031/10 behandlet klageorganet et tilfelle av krenkelse på nett. Saken gjaldt klage på en artikkel i Romerikes blad med tittelen ”tissepause for hele verden”.¹⁷⁶ En mann ble ufrivillig avbildet av karttjenesten ”Google Street View”,¹⁷⁷ mens han tok seg en tissepause. Romerikes blad publiserte bildet usladdet på nett i forbindelse med en artikkel med fokus på de ”uheldige sider ved Googles fotografering av gatebilder og personer som befinner seg der.”¹⁷⁸ Bildet ble senere sladdet. PFU kom til at Romerikes blad hadde brutt god presseskikk.

En uttalelse får ingen rettslige følger. Dersom det konstateres brudd på god presseskikk skal uttalelsen offentliggjøres i følge § 6 i vedtektene til PFU.¹⁷⁹ For elektroniske medier skal ”...fellende eller kritiske uttalelser publiseres slik at sannsynligheten blir størst mulig for at de som hørte eller så den innklagede artikkel eller innslag, også hører eller ser uttalelsen. Det er god presseskikk å lagre felte artikler eller innslag på en slik måte at brukere som henter dem fra arkiver, også blir gjort oppmerksom på uttalelsen.” Det har imidlertid kommet frem at denne vedtekten i mange tilfeller ikke blir respektert.¹⁸⁰

¹⁷⁴ Norsk presseforbunds hjemmeside: http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/

¹⁷⁵ Norsk presseforbunds hjemmeside:

http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Var_Varsom-plakaten/

¹⁷⁶PFU sak 031/10: <http://www.pfu.no/case.php?id=2308>

¹⁷⁷ Karttjeneste på Google som viser bilder fra hele verden på gatenivå.

¹⁷⁸ PFU sak 031/10: <http://www.pfu.no/case.php?id=2308>

¹⁷⁹ Norsk presseforbunds hjemmeside:

http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Vedtekter/

¹⁸⁰ slettmeg.no 27.10.2010 <http://www.slettmeg.no/13303-pfu-dom-gir-faa-endringer>

Om vekten av en PFU- uttalelse ved domstolsbehandling uttaler Are Stenvik: “man kan tenke seg å legge vekt på de bransje-oppfatninger som her kommer til uttrykk ved anvendelsen av rettslige standarder, og som moment i de skjønsmessige avveininger som må foretas av domstolene i en del sammenhenger. Det generelle inntrykket er likevel at domstolene legger nokså liten vekt på slike kilder.”¹⁸¹

5 Sanksjonssystem og fjerning av bilder

De forhold åvl § 45 c tar sikte på å regulere ville man langt på vei kunnet løst ut fra en rettstridsvurdering i samsvar med EMK art. 8 og art. 10. Det er ”...artikkel 10 og 8 som ”styrer” vurderingene, ikke hva som står i vedkommende, nasjonale lovtekst.”¹⁸²

Bestemmelsen har imidlertid en strategisk betydning og muliggjør anvendelse av sanksjonssystemet i åndsverklovens kapittel 7.

5.1 Straff- og erstatningsansvar

Etter åvl. §54 første ledd litra b straffes den som forsettelig eller uaktsomt overtrer bestemmelsen med bøter eller fengsel inntil tre måneder. Dersom det foreligger ”særlig skjerpene forhold,” utvides straffen med bøter eller fengsel inntil tre år, jfr. §54, fjerde ledd. Forsettelig eller uaktsom medvirkning straffes på samme måte, jfr. Åvl §54, tredje ledd. Det gjelder også forsøk på overtredelse.¹⁸³

Den krenkede kan kreve erstatning etter alminnelige erstatningsregler, jfr. Åvl. § 55 første ledd, jfr. §54. For forsettelig eller grovt uaktsom krenkelse etter § 45 c kan avbildede bli tilkjent oppreisning for skade av ikke økonomisk art, jfr. § 54 første ledd, 2. pkt. Regelen

¹⁸¹ Stenvik 2003 side 616

¹⁸² Wessel Aas 2009, s. 44

¹⁸³ Schiøtz, 1996, nest siste avsnitt.

om oppreisning ble innført ved lovendring i 1988 med den begrunnelse at økonomisk tap kan være vanskelig å påvise. Videre ble det påpekt at det gjelder et særlig beskyttelsesbehov for overtredelse av bestemmelsen.¹⁸⁴ For privatpersoner som krenkes på nett er dette en praktisk viktig regel da skaden ved publiseringer på nett sjelden medfører et beviselig økonomisk tap. De ikke- økonomiske skadevirkningene kan imidlertid være svært alvorlige. Selv om gjerningsmannen handlet i god tro kan den fornærmede etter åvl. § 55 annet ledd, kreve nettofortjenesten utbetalt. Som Bing påpeker vil nettofortjenesten ofte være "...vel så stor som det økonomiske tap".¹⁸⁵ Ved fastsettelse av en eventuell oppreisning bør beløpet minst settes til nettofortjenesten "...ettersom det må foreligge grov utakstomhet eller forsett for å bli ansvarlig for ikke-økonomisk tap, og det er naturlig at den krenkede da minst får et like stort "plaster på såret" som den aktsomme krenker måtte betale".¹⁸⁶

5.2 Ansvar for redaktører og nettverter

I NOU 2009:1 kapittel 13.3 skiller kommisjonen mellom ulike medietyper. De "tradisjonelle" massemedia kalles "redigerte media" som vil si at det er en ansvarlig redaktør og at det som publiseres blir redigert.¹⁸⁷ Hvor et bilde publiseres på en nettavis som er redigert, vil redaktøren kunne "...både strafferettslig og sivilrettslig stilles til ansvar for det ferdige produktet".¹⁸⁸ Det strafferettslige redaktøransvaret er regulert i strl. § 431. Redaktøren har et kontrollansvar og blir ansvarlig for en publisering i strid med åvl § 45 c dersom han var kjent med innholdet, jfr. Strl § 431 første ledd 1.pkt. Bestemmelsen gjelder også for nettpublikasjoner.¹⁸⁹

¹⁸⁴ Galtung 1991, s. 129

¹⁸⁵ Bing, 2008 s. 75

¹⁸⁶ ibid

¹⁸⁷ NOU 2009:1 s. 111 kapittel 13.3

¹⁸⁸ NOU 2009:1 s. 111 kapittel 13.3.1

¹⁸⁹ Se Bing, 2008 side 136.

Med ”etterredigerte medier” siktes det til ”brukerskapt innhold som ikke forhåndsredigeres”,¹⁹⁰ på nettsteder hvor det også publiseres forhåndsredigert innhold. Her blir spørsmålet om redaktøren kan holdes ansvarlig for det som publiseres av brukerne. Jon Bing gir uttrykk for at ansvaret for redaktøren også bør omfatte ”...den ukontrollerte opplastning av innlegg”.¹⁹¹ Det er klart at redaktøren er ansvarlig for leserinnlegg i ”blad eller tidsskrift”, men når det gjelder nettpublikasjoner er ikke redaktøransvaret per i dag avklart.¹⁹² Personvernkommissjonen påpeker i NOU 2009:1 s. 100, at spørsmål om ”ansvar og ansvarsavskjæring, herunder medvirkningsreglene bør klargjøres bedre enn i dag, særlig med tanke på «nye» media og de ulike aktører som bidrar til produksjon og distribusjon av innhold på disse mediene.”

Når det gjelder nettverter og tjenestetilbydere av såkalte ”egenpubliserte media”¹⁹³ og ”media som samler brukerinformasjon”¹⁹⁴ vil det som regel ikke være noen redaktør å knytte ansvaret til. Det vil imidlertid gjelde et medvirkningsansvar for forsettelige eller uaktsomme brudd på åvl § 45 c, jfr. Åvl § 54, tredje ledd. Napster- dommen gir anvisning på hva som kan anses som medvirkningshandling. Saken gjaldt krav om erstatning for utlegging av linker til musikkfiler på nettstedet Napster.no. Nettstedet kunne brukes til ulovlig nedlastning av musikk. Retten kom til at nettstedet hadde medvirket til opplasternes tilgjengeliggjøring av opphavsrettsbeskyttet musikk. Om medvirkningshandlingen uttalte retten at det ikke er ”... et krav i strafferetten at medvirkningshandlingen isolert sett skal være ulovlig. Lenkingen har forsterket virkningen av opplasternes handlinger ved å øke tilgjengeligheten til musikken.”¹⁹⁵ En handling trenger altså ikke være lovstridig for at den

¹⁹⁰ NOU 2009:1 s. 115 Typisk nettaviser med debattforum

¹⁹¹ Bing, 2008 side. 136

¹⁹² NOU 2009:1 side 99, kap.13.2.1.1 ”ansvar og ansvarsfraskjæring”

¹⁹³ ibid s. 114 for eksempel blogger og hjemmesider

¹⁹⁴ ibid s. 112 for eksempel Google og Facebook

¹⁹⁵ Rt. 2005 s. 41 avsnitt 63

skal anses som medvirkning. Det må imidlertid foretas en rettstridsvurdering ut fra de foreliggende omstendigheter.¹⁹⁶ I Napster dommen kom retten til at det forelå ”forsettlig og meget klanderverdige medvirkningshandlinger”¹⁹⁷ Om en nettvært kan anses å ha medvirket til en ulovlig bildepublisering må altså bero på en konkret vurdering av de foreliggende omstendigheter. Det må ”...kreves klare holdepunkter for at tilbyderne har hatt til hensikt å medvirke til slike rettsbrudd”.¹⁹⁸

Medvirkeransvaret og redaktøransvaret er begrenset av ansvarsavskjæringsbestemmelsene i ehandelsloven. Etter ehandelsloven § 18 vil en mellommann være fritatt for ansvar med mindre det er utvist grov uaktsomhet. Medietypene som er omtalt ovenfor er omfattet av ehandelsloven da de anses som “informasjonstjenester”, jfr. ehandelsloven¹⁹⁹§1, annet ledd bokstav b)

”enhver tjeneste som består i å gi tilgang til, eller overføre informasjon over, et elektronisk kommunikasjonsnett, eller i å være nettvært for data som leveres av tjenestemottakeren.”

Det følger av ehl. § 18 annet ledd, at tjenesteyteren:

“i alle tilfelle straffri eller fri fra erstatningsansvar dersom han uten ugrunnet opphold treffer nødvendige tiltak for å fjerne eller sperre tilgangen til informasjonen etter at forsettet eller den grove uaktsomheten etter første ledd forelå.”

Altså vil tjenesteyter uansett være unntatt fra erstatningsansvar og straffansvar dersom et bilde som er publisert ulovlig fjernes eller tilgang til det sperres så snart det lar seg gjøre. Tjenesteyter har ikke et generelt overvåkningsansvar eller plikt til å avdekke ulovlige bilder, jfr. Ehl. § 19.

¹⁹⁶ Rt.2005 s. 41 avsnitt 65

¹⁹⁷ ibid. Avsnitt 67

¹⁹⁸ Se Palmer 2010, s. 61, henviser til RG 2005 s. 1627 (Direct Connect)

¹⁹⁹ Lov 23.05.2003 nr. 35 Lov om visse sider av elektronisk handel og andre informasjonstjenester heretter kalt ehl.

5.3 Sletting av bilder

Dersom en person har publisert et bilde uten samtykke eller med hjemmel i unntaksbestemmelsene, vil den krenkede kunne kreve at personen som la det ut fjerner det. Etter ehl. § 18 annet ledd har nettverter en tiltaksplikt til å fjerne eller sperre tilgangen til ulovlig publiserte bilder ”uten ugrunnet opphold”, fra det tidspunkt forsettet eller den grove uaktsomheten foreligger. Dersom nettverten likevel motsetter seg fjerning av et ulovlig publisert bilde anses det som et forsettlig rettsbrudd, og kan medføre straffe- og erstatningsansvar. Som det går frem av ehl. § 20 er ikke ansvarsfrihetbestemmelsene til hinder for at domstolene kan pålegge tjenesteytere en plikt til å fjerne eller sperre ulovlige bildepubliseringer på annet rettsgrunnlag en ehandelsloven krever.²⁰⁰ Dersom avbildede har samtykket til publiseringen vil det i utgangpunktet være lovlig å legge ut bildet. Som Wessel Aas påpeker vil imidlertid hensynet til privatlivets fred og avtalesensur etter avtl. § 36 kunne anføres som grunnlag for sletting.²⁰¹

Om det er en pressen som har publisert bildet i strid med åvl § 45 c, kan den krenkede ta kontakt med redaktøren for å få det fjernet. Redaktøren har det har det fulle ansvaret for innholdet, jfr. Strl. § 431, og er straffe- og erstatningsrettslig ansvarlig for ulovlig offentliggjøring innenfor hans kontroll. I tilfeller hvor bildet er lagt ut i samsvar med loven, vil fjerningen imidlertid kunne by på problemer. Et problem som belyses i en artikkel på adressa.no, er nettaviser og redaktørenes lunkne vilje til å avpublisere. ”Hittil har redaktørene vist til at bordlagt er bordlagt. Det som engang er publisert, kan ikke trekkes tilbake”.²⁰² Tilbakeholdenheten med å fjerne uønskede nyhetsartikler er begrunnet i den lovfestede redaksjonelle frihet som skal sikre den offentlige utveksling av informasjon og samfunnsdebatt.²⁰³ I tilfeller som Ibiza eksemplet som jeg nevnte ovenfor (1.2) vil dette

²⁰⁰ Gyldendal rettsdata, note 94 til ehl. § 20

²⁰¹ Wessel Aas 2009, s.41

²⁰² Omdal, 06.09.2010: <http://www.adressa.no/meninger/article1525896.ece>

²⁰³ Lov om redaksjonell fridom i media 13.06.2008 nr. 41

kunne være et aktuelt problem. Man kan selvsagt henvende seg til avisen og be om fjerning, men ”...avgjørelsen hviler suverent i redaksjonen, den som vil bli glemt har ingen rettighet.”²⁰⁴ Jeg går ikke nærmere inn på denne problemstillingen, men påpeker at man med tanke på den teknologiske utviklingen bør vurdere enn ”rett til å bli glemt”, som vel å merke ikke svekker ytringsfriheten.²⁰⁵

En ting man må ha i mente når man ønsker å fjerne et bilde er at bilder ofte mellomlagres automatisk. Mellomlagringen (”caching”) skjer for å ”optimalisere trafikken”.²⁰⁶ Selv om man har slettet et bilde fra nett kan dette dukke opp ved søk på google, yahoo og andre søketjenester.²⁰⁷ En tjenesteyter som overfører informasjon for en tjenestemottaker i et kommunikasjonsnettverk, har plikt til fjerne eller sperre et bilde dersom han får kunnskap om at ”informasjonen er påbudt fjernet eller sperret, eller at tilsvarende er skjedd ved opprinnelsesstedet for informasjonen.”²⁰⁸ Dette går frem av ehl. § 17.

6 Rekkevidde i tid og rom

6.1 Vernetid

Etter åvl § 45 c, gjelder vernet i avbildedes levetid og 15 år etter utløpet av hans dødsår. Bestemmelsen kom inn i loven i ved lovendring 23. Juni 1995. I følge forarbeidene ble det vurdert om vernetiden etter avbildedes død skulle vare ”...så lenge nære etterlatte var i live”.²⁰⁹ Departementet kom imidlertid til at en vernetid på 15 år ”...bedre ivaretar

²⁰⁴ Omdal, 06.09.2010 :<http://www.adressa.no/meninger/article1525896.ece>

²⁰⁵ ibid

²⁰⁶ Schumacher: http://www.foyen.no/templates/Artikkel____1517.aspx

²⁰⁷ slettmeg.no: <http://www.slettmeg.no/158-slett-meg-fra-google>

²⁰⁸ Gyldendal rettsdata, note 89 til ehl. § 17

²⁰⁹ Ot.prp. 54 (1994-1995) s. 39

hensynet til alle som har hatt et nært forhold til den avbildede...”.²¹⁰ publisering av bilder etter vernetidens utløp vil imidlertid kunne rammes av reglene som verner om avdødes minne, jf. strl. § 252.²¹¹ Bilder av avdøde kan være av aktuell og allmenn interesse og dermed benyttes før vernetidens utløp. Kravet til allmenn interesse vil i følge forarbeidene bli mindre jo lenger tid det har gått etter avbildedes død.²¹² Det er uklart hvem som kan gi samtykke til publisering etter avbildedes død.²¹³

6.2 Lovproblematikken

Etter åvl. § 58 tredje ledd gjelder åvl. § 45 c bilder av personer som ”er eller har vært bosatt her i riket”. Dette bosettelseskravet avgrenser bestemmelsens umiddelbare anvendelse ovenfor utlendinger. I Rt. 2009. 1568 uttalte førstvoterende at bestemmelsen må tolkes «i samsvar med en naturleg lesing av bestemmelsen» (avsnitt 37 i dommen) Dommen gjaldt krav om økonomisk kompensasjon for urettmessig bruk av et fotografi. Avbildede var en profesjonell amerikansk snøbrettkjører ved navn Andy Finch. Høyesterett kom til at snøbrettkjøreren falt utenfor den personkretsen som var vernet av bestemmelsen, da han ikke var eller hadde vært bosatt i Norge. Finch ble imidlertid tilkjent erstatning på ulovfestet grunnlag. Førstvoterende viste til Rt. 1952.1217 side 1217 (To mistenkelige personer) hvor det ble fastslått at det eksisterer et alminnelig rettsvern for personligheten. Dette domstolskapte vern er ikke tvilsomt og finner også støtte i lovforarbeider og juridisk teori. Spørsmålet er hvor langt det ulovfestede vernet rekker. I følge førstvoterende i Rt. 2009. 1568 avsnitt 41 bør vernet ”...i hovudsak vere slik det følger av åndsverklova § 45 c”. Til støtte for dette syn viser førstvoterende til juridisk teori.²¹⁴ Det kan diskuteres om retten her strekker seg utover det som rettslig kan forankres. Det kan hevdes at retten her skaper en rett som burde vært fastsatt av lovgiver. Jeg går imidlertid ikke nærmere inn på

²¹⁰ Ot.prp. 54 (1994-1995) s. 39

²¹¹ *ibid*

²¹² *ibid*

²¹³ Bing 2005 s. 6 <http://www.personvern.uio.no/pvpn/artikler/index.html>

²¹⁴ Stenvik 2003 side 601 på side 624-625

dette da det er et omfattende spørsmål i ytterkant av omfanget av denne oppgaven. Da det ulovfestede vernet ikke har grunnlag i lov knytter det seg ikke straffansvar til det. Dette følger av legalitetsprinsippet, se Grl. § 96.

En tvist om retten til eget bilde vil ofte kunne ha tilknytning til flere land. Facebook har for eksempel i dag en database med oversikt over 600 millioner mennesker.²¹⁵ Da ingen land har lovmyndighet utenfor egen jurisdiksjon kan det oppstå spørsmål i hvilken utstrekning åndsverkloven kan anvendes. Avgjørende for hvilke lands lover som skal gjelde når tvisten er grenseoverskridende må løses ut fra de enkelte lands lovvalgsregler. I hvilke grad norsk rett kan gjøres gjeldende internasjonalt er et vanskelig og omfattende spørsmål. Tiden begrenser en inngående utredning om lovvalg her, men jeg vil gjøre noen vurderinger som er relevante i forhold til åvl § 45 c.

Det tradisjonelle synet i norsk rett var at et rettsforhold bør bedømmes etter rettsreglene i det land det har den sterkeste tilknytning til. Dette prinsippet ble utledet av Irma Mignon dommen, Rt 1923 II s. 59. På side 60 i dommen, siste avsnitt, uttaler ekstraordinær assessor Einar Hanssen at: "...et forhold fortrinsvis bør bedømmes etter loven i det land, hvortil det har sin sterkeste tilknytning". I tiden etter Irma Mignon dommen har det imidlertid utviklet seg fastere regler på flere rettsområder, ofte med utgangspunkt i Irma Mignon prinsippet. Se Rt. 2009 s. 1537 avsnitt 32.

I de tilfellene det dreier seg om erstatning utenfor kontrakt skal saken avgjøres etter skadestedets rett – *lex loci delicti*²¹⁶. I de tilfeller hvor stedet der handlingen skjer er i et annet land enn der virkningen av handlingen utspiller seg, blir spørsmålet hvilke land som skal anses som skadested. Når prinsippet ikke gir tilstrekkelig veiledning vil det være: "...konkrete betraktninger knyttet til forholdets mest naturlige tilknytning og partenes forventninger som blir avgjørende".²¹⁷

²¹⁵ Bisgaard, Morgenbladet 15.- 28. April 2011 s. 10

²¹⁶ Rt. 2009. 1537 avsnitt 33

²¹⁷ Alvik (2005) s. 298

I følge Roma II-forordningen art. 4 nr. 1,²¹⁸ er hovedregelen at retten i det landet hvor det umiddelbare virkningsstedet befinner seg, skal legges til grunn. Norge er ikke bundet av forordningen, men legger den til grunn hvor den ikke strider mot norsk rett. Konflikter som omfatter privatlivets fred og individets rettigheter dekkes imidlertid ikke av forordningen, jf art. 1 nr. 2 bokstav g. Reelle hensyn kan likevel tale for at man tar utgangspunkt i retten til det landet hvor den umiddelbare virkningen skjer.²¹⁹

Et dagsaktuelt spørsmål er om åvl § 45 c gjelder i de tilfeller hvor bilder er publisert på en tjenermaskin som er plassert utenfor norsk territorium. Jon Bing viser til HR kjennelse Rt. 2004 s.1619.²²⁰ Saken gjaldt datakriminalitet utført på maskiner som befant seg i utlandet. Høyesterett kom til at norsk straffelov kunne anvendes da ”alle nødvendige handlinger for å bryte beskyttelsen fant sted i Norge.” (18) I en artikkel om ulovlig spredning av bøker på nettet uttaler Jon Bing²²¹ at norsk lov gjelder selv om den ulovlige handling skjer på en amerikansk nettside: ”Hvor siden ligger, er ikke viktig for om Berntsen bryter loven”.²²² Han viser i denne sammenheng til RG 2001 s. 219 også kalt ”samepiken Kari”²²³ Et av spørsmålene i saken var om pornografiske bilder lagt ut på en utenlands server av et norsk par rammes av norsk lov. Retten kom til at norsk lov fikk anvendelse da den konkrete handling ble ansett ”begått i riket” og fordi handlingens virkninger hadde inntrådt i Norge.²²⁴ Retten bemerket imidlertid nødvendigheten av at ”de rettslige konsekvenser ved bruk av servere i utlandet, undergis nærmere utredning og avklaring.”²²⁵

²¹⁸ (Roma II- forordningen) Europaparlamentets og rådets forordning EF/864/2007 av 11. juli 2007

²¹⁹ Palmer 2010, side 67.

²²⁰ Bing 2008 s. 48

²²¹ Professor, dr. Juris ved Senter for Rettsinformatikk

²²² Svendsen (2010)

<http://www.adressa.no/nyheter/trondheim/article1525429.ece?service=mobile>

²²³ RG 2001 s. 219, Salten herredsrett dom.

²²⁴ RG 2001 s. 219 side 225

²²⁵ ibid

Dersom det er en kontrakt mellom partene vil ofte lovvalgsprobatikken være regulert i denne. Se for eksempel Facebooks brukerbetingelser punkt 15. 1. ” The laws of the State of California will govern this Statement”²²⁶ Som regel vil en kontrakt mellom partene bli lagt til grunn i lovvalgsspørsmålet. Styrkeforholdet partene imellom vil imidlertid kunne spille en rolle ved vurderingen. Brukerne av Facebook og lignende sosiale nettsteder er for det meste forbrukere som må anses som en svakere part enn tjenestetilbyderne som retter seg mot det norske marked. Forbrukerrådet har uttalt at det er:” norsk lov som skal gjelde når et nettsted retter seg spesifikt mot norske forbrukere, slik tilfellet er med Facebook.”²²⁷ Mye taler for at lovvalgs vilkåret i brukeravtalen vil kunne være gjenstand for avtalesensur slik jeg har redegjort for ovenfor (2.4.3.4)

²²⁶ facebook.com: <http://www.facebook.com/terms.php>

²²⁷ Siebke, 25.05.2010: <http://www.nrk.no/kultur-og-underholdning/1.7138414>

7 Litteraturliste

Bøker og artikler:

Alvik, Ivar: ”Lovvalg og jurisdiksjon for ikke-kontraktuelle erstatningskrav”, Jussens venner 2005 s. 281.)

Aftenposten.no: forfatter ukjent, publisert 04.04.2010 ”Bare Facebook er verre”
<http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article3839829.ece>

Bing, Jon:” Ansvar for ytringer på nett : særlig om formidlerens ansvar” Oslo: Universitetsforlaget 2008, ISBN 978-82-15-01279-7, i

Bing, Jon : ”Personvern og biografier”, 2005:
<http://www.personvern.uio.no/pvpn/artikler/index.html>

Bisgaard, Anders Breivik: ”Storebror med ambisjoner – Facebook vet snart alt om meg. På tide å komme seg unna?”, 15.-28. April 2011

Brække, Camilla: TV 2s hjemmeside, 04.04.2011:
<http://www.tv2underholdning.no/hjelperdeg/facebookstalker-ble-til-mareritt-for-christina-20-3460743.html>

Eggen, Kyrre: ” Ytringsfrihet, personvern og ærekrenkelses - tre norske saker for EMD”, Kritisk Juss 2000 s 223 - (KRJU-2000-223)

Fuglehaug, Wenche: ”Må svare datatilsynet” 26.05.2010:
<http://www.aftenposten.no/forbruker/digital/nyheter/article3665553.ece>

Galtung, Andreas ” *Fotografiloven med kommentarer*”, Tano Oslo 1991, ISBN 82-518-2996-8 s. 96

Galtung, Andreas: ”*nemnd for internett- Om et mulig tvisteløsningsorgan for krenkelser på Internett*”, NOU 2009:1 - Individ og integritet. Personvern i det digitale samfunnet - (NOU-2009-1-2)

Hannemyr, Gisle: ”*Lommejuss omkring digitale medier*”

http://hannemyr.com/faq/legal_dm07.shtml#rtaao

Jensen, Martin Huseby, publisert 02.09.2008 11:27: ”*seier for norsk presse*”:

<http://www.journalisten.no/story/54101>

Jongers, Maria : ”*Retten til eget bilde*” Oslo 2006

Landsend, Merete: ”*Unngå Facebook fellene*” Artikkel i Dagbladet Søndag 20. Februar 2011.

Lindekleiv, Heidi Marie: ” *Barn reagerer på foreldrenes facebookbilder*” www.vl.no, 24.januar 2011.

Mathiesen, Thomas: ”*Retten i samfunnet, en innføring i rettsosiologi*”Pax forlag AS Oslo 2011, ISBN 978-82-530-3415-7

Mæland, Henry John ”*Retten til eget bilde og fotografilovens § 15*”, Lov og Rett 1985 s. 218

Nicholson, Thomas David: ”*Overdragelse av frilansjournalisters opphavsrett*”

Omdal, Svein Egil: ”Retten til å bli glemt” 06.09.2010:

<http://www.adressa.no/meninger/article1525896.ece>

Palmer, Pål Grøndalen, Spesialoppgave 2010(juridiske fakultet) ”*retten til eget bilde- offentliggjøring i sosiale medier*”

Rognstad, Ole Andreas i samarbeid med Birger Stuevold Lassen: ”*Opphavsrett*” , 2009

Schumacher, Christian Føyen.no: http://www.foyen.no/templates/Artikkel____1517.aspx

Siebke, Marianne (26.05.2010):”*Klager Facebook inn for datatilsynet*”

<http://www.nrk.no/kultur-og-underholdning/1.7138414>

Stenvik, Are Om rettsvern av personlig særpreg. I: Festskrift til Mogens Koktvedgaard. København, 2003

Stenvik 2003 Rettsbeskyttelse av personlig særpreg, TFR 2003 side 601 på side 624-625

Stenvik, Are ”*Rettsvern mot bruk av personfotografier i trykt skrift*” LoD-2009-97-08

Svendsen, Fredrik Dyrnes (4.9.2010) ”*sprer bøker ulovlig på nett*” adressa.no:

<http://www.adressa.no/nyheter/trondheim/article1525429.ece?service=mobile>

Tveter, Anders Spesialoppgave 2009, ”*retten til eget bilde - åndsverkloven § 45c*”Kandidatnr. 683

Woxholth, Geir : ”*Avtalerett*”, Gyldendal Norsk Forlag 2003, ISBN 82-05-32388-7

Wessel-Aas, Jon: ” *Pressefriheten og privatlivets fred - en oppsummering av rettstilstanden og en kritikk av Høyesteretts dom i Bryllupsfotosaken*” Lov og Rett 2008 s. 596 - (LOR-2008-596)

Wessel-Aas, Jon (2009): ” *Bilder som forteller og bilder som feller* I: Norsk

Redaktørforenings Årbok,

<http://www.nored.no/Files/Documents/Dokumenter%202009/NRs%20årbok%202009.pdf>

Høyesterettsavgjørelser:

Rt 1923 II s. 58 Irma Mignon dommen,

Rt. 1953 s. 633 Bedriftsmusikkdommen

Rt. 1952 s.1217 To mistenkelige personer

Rt. 1983 s. 637 Påskebildekjennelsen

Rt 1987 s. 1082

Rt. 1991 s. 1296 Pornovideo

Rt. 1994 s. 174 Blichfeldt-dommen

Rt.1994 s. 506 Høyesteretts kjennelse

Rt. 1995 s. 1948 Diana Ross

Rt. 2001 s. 1691Teazer

Rt. 2005 s. 41Napster

Rt. 2008 s. 489 Plata-saken

Rt. 2008 s. 1089 Bryllupsfotodommen

Rt. 2009. 265 Memo

Rt. 2009 s. 1537 Bokhandleren i Kabul

Rt. 2009. 1568 Artic Challenge/ Tromsø 2018

Lagmansrettavgjørelser:

RG-1999-1009 (Bang-Hansen)

RG 2003.868 (Elling dommen)

RG 2004.435

RG 2005 s. 1627 Direct Connect

LB-2009-21537 (Brent av Frost)

Tingrettsavgjørelser:

Oslo byrett: 3236/89-9 (Flyktningskip –saken)

Oslo Tingrett 22. november 2006: 06-087089TVI-OTIR/09 (Lillo-stenberg)

<http://www.skribentrett.no/skribentrett/art/lillo-stenberg-dom.htm>

Oslo Tingrett 08 desember 2008: TOSLO 2008-108668: ”Brent av frost”

Dommer fra Den europeiske menneskerettsdomstol:

EMDs dom av 6. Februar 2001: Tammer mot Estland

EMDs dom av 24. juni 2004: Caroline von Hannover mot Tyskland, EMD-2000-59320

EMDs dom av 10. Februar 2010: Case of Eerikainen and Others v. Finland

Avgjørelser fra Pressens Faglige Utvalg (PFU):

PFU-sak 136/10 publisert 05.05.2010 <http://www.pfu.no/case.php?id=2357>

PFU-sak 031/10 publisert 12.02.2010 <http://www.pfu.no/case.php?id=2308>

Lover:

Norske Lov av 15. april 1687 (NL)

Lov av 22. mai 1902 nr 10 Den almindelige borgelige straffelov (straffeloven)

Lov av 13. august 1915 nr. 5 om domstolene (domstoloven)

Lov av 31. mai 1918 nr. 4 om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeserklæringer (avtaleloven)

Lov av 22. april 1927 nr. 3 om vergemål for umyndige av

Lov om opphavsrett til åndsverk m.v. (Åndsverkloven) av 12. mai 1961 nr. 2 – heretter forkortet åvl.

Lov om barn og foreldre (barnelova) av 08. april 1981 nr. 7

Lov av 21. mai 1999 nr. 30 om styrking av menneskerettighetenes stilling i norsk rett (menneskerettloven)

Lov om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven) av 14. april 2000 nr.

Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven) av 09. januar 2009 nr. 2

Lov om visse sider av elektronisk handel og andre informasjonssamfunnstjenester 23. Mai 2003 nr. 35 (Ehandelsloven)

Lov om redaksjonell fridom I media 13. juni 2008 nr. 41

Konvensjoner:

Den europeiske menneskerettighetskonvensjon av 4. november 1950 (EMK)

FNs internasjonale konvensjon om barnets rettigheter av 20. november 1989 (barnekonvensjonen)

Forordninger:

Roma II- forordningen) Europaparlamentets og rådets forordning EF/864/2007 av 11. juli 2007

Direktiver:

Europaparlaments- og rådsdirektiv 2000/31/EF av 8. juni 2000 om visse rettslige aspekter ved informasjonssamfunnstjenester, særlig elektronisk handel, i det indre marked ("Direktivet om elektronisk handel")

Forarbeider:

Forarbeider til fotografiloven av 1909: ”Udkast til lov om fotografirett med motiver. Afgivet til Kirke- og Undervisningsdepartementet af den under 29. desember 1906 nedsatte komité.” Christiania 1907 s. 13

NOU 1997 nr 19 Et bedre personvern

NOU 2009:1 Individ og integritet

Norsk Presseforbunds høringsuttalelse til NOU 2009:1 Individ og integritet, s. 3:

<http://www.regjeringen.no/upload/FAD/Vedlegg/Hoeringer/Personvernkom/NP.pdf>

Ot.prp. nr. 56 (1992-1993) Om lov om endringer i lov 9. Juni 1978 nr. 48 om personregistre (fjernsynsovervåkning)

Ot.prp. nr. 54 (1994-1995) Om lov om endringer i åndsverkloven

Ot.prp. nr. 31 (2002-2003) Om lov om visse sider av elektronisk handel og andre informasjonssamfunnstjenester (ehandelsloven)

St. Meld. Nr. 26 (2003-2004):

<http://www.regjeringen.no/Rpub/STM/20032004/026/PDFS/STM200320040026000DDDPDFS.pdf>

Annet:

Alexa, nettsted med statistikk over mest besøkte nettsider :

<http://www.alexa.com/topsites/countries/NO>

An.no, artikkel Publisert 05.03.2010 "Lanserer slettmeg.no":

<http://www.an.no/nyheter/article5006805.ece>

Datatilsynet.no:

- Datatilsynet.no: Datatilsynets årsmelding 2010,
http://www.datatilsynet.no/templates/Page_3784.aspx
- Datatilsynet.no: Artikkel 09.03.2011 "Travelt år for slettmeg.no":
http://www.datatilsynet.no/templates/Page_3805.aspx

Facebook.com:

- Facebook.com: "Statement of Rights and Responsibilities":
<http://www.facebook.com/terms.php>
- Facebook.com: "Grunnlegende informasjon"
<http://www.facebook.com/facebook?sk=info>

Gyldendal rettsdata:

- Gyldendal rettsdata, noter til markedsføringsloven § 22
- Gyldendal rettsdata: www.rettsdata.no Dag Wiese Schartum, note 3 til personopplysningsloven § 2
- Gyldendal rettsdata: www.rettsdata.no Galtung, note 100 til åvl. § 45 c
- Galtung, note 102 til åvl. § 45c Gyldendal rettsdata

Medietilsynet.no:

- Medietilsynet.no: Artikkel publisert 14.03.2011: ”Travelt år for slettmeg.no”
<http://www.medietilsynet.no/nn-NO/Nyheiter/Nyheiter/Travel-ar-for-slettmegno/>
- Medietilsynet.no: medietilsynets rapport om barn og digitale medier fra 2010:
http://www.medietilsynet.no/Documents/Trygg%20bruk/Rapporter/Barn%20og%20digitale%20medier/100319_Del_2.pdf side 29 i rapporten.

Norsk presseforbunds hjemmeside:

- Presse.no: ”PRESSENS FAGLIGE UTVALG”:
http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/
- Presse.no: Vedtekter: http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Vedtekter/
- Presse.no: Vær varsom –plakaten:
http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Var_Varsom-plakaten/

Regjeringen.no: pressemelding 13.01.2009: ”personvernutredningen klar”:

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/pressester/pressemeldinger/2009/personvernutredning-klar.html?id=542604>

Slettmeg.no:

- Slettmeg.no: 30.11.2009: ”om slettmeg.no”: <http://www.slettmeg.no/om>
- Slettmeg.no: 30.11.2009: ”Hjelp jeg er på internett”: <http://www.slettmeg.no/hjelp>
- Slettmeg.no 06.01.2010: ”slik fjerner du informasjon fra google”:
<http://www.slettmeg.no/158-slett-meg-fra-google>

- Slettmeg.no 17.02.2010: "Bilder på nett": <http://www.slettmeg.no/598-bilder-paa-nett>
- Slettmeg.no 27.10.2010: "Nettartikler dømt i PFU endres ikke": <http://www.slettmeg.no/13303-pfu-dom-gir-faa-endringer>
- Slettmeg.no 27.10.2010: "Nettartikler dømt i PFU endres ikke": <http://www.slettmeg.no/13303-pfu-dom-gir-faa-endringer>

8 Lister over tabeller og figurer m v

Vedlegg 1 : mail fra Slettmeg.no

Vedlegg 2: Tall fra Slettmeg.no (vedlegg til mail fra Slettmeg.no)

Vedlegg 3: årsstatistikk Slettmeg.no 2010 (scannet hefte fra ettårsmarkeringen av Slettmeg.no)

Vedlegg 1: Mail fra Slettmeg.no

Subject	Svar fra slettmeg.no
Sender	hjelp
Recipient	Ane Strand Nilssen
Date	28.02.2011 17:26

Slettmegno_2010.docx

Hei

Her er svar på det du spør om:

1. Mottar dere mange henvendelser som gjelder uønsket/krenkende bildepublisering? Har dere noen statistikk på omfanget?

10 prosent av alle henvendelsene i 2010 gjaldt uønsket bildepublisering på nett. Sjekk vedlegg.

**2. Har dere noen oversikt over hvem som henvender seg til dere?
(privatpersoner/ nettverter e.l.)**

Har ingen tall på dette, men opplevelsen er at det nesten utelukkende er privatpersoner som henvender seg.

3. I hvilken grad er jussen til hjelp i deres arbeid?

Slettmeg.nos / Datatilsynets vurderinger om bildebruk på nett (sjekk

<http://www.slettmeg.no/598-bilder-paa-nett>) er til stor hjelp for å få folk til å forstå at publisering av personbilde(r) som hovedregel krever samtykke. Det er mange, kanskje **overraskende mange, som ikke er klar over dette.**

Jussen er også viktig overfor store nettaktører som Facebook. Blant annet har Facebook et eget rapporteringsskjema som folk kan bruke for å rapportere bildepublisering uten samtykke:

http://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=unauthorized_photos

Lykke til!

mvh

Lars-Henrik Paarup Michelsen

Prosjektleder i slettmeg.no

Datatilsynet

Telefon: +47 22 39 69 92

E-post: lhpm@datatilsynet.no

**Vedlegg 2: tall fra Slettmeg.no (vedlegg til mail av 28.02.2011
Slettmegno_2010.docx)**

Uønsket bildepublisering

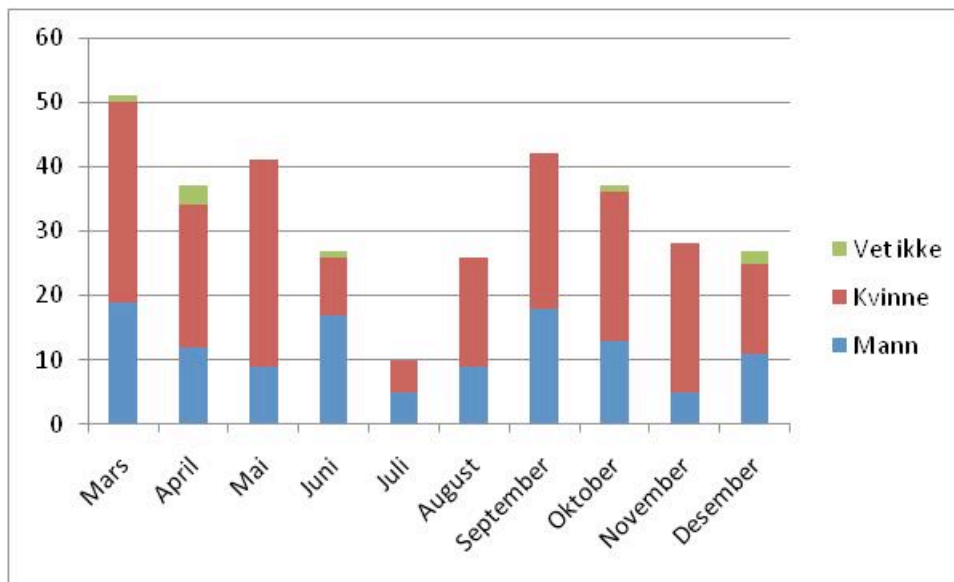
- Slettmeg.no ble lansert **8.mars 2010**.
- Slettmeg.no håndterte i 2010 til sammen **3236 henvendelser** via e-post, telefon, kontaktskjema og chat.
- Uønsket bildepublisering stod for **10 prosent** av alle henvendelser.
- Flest kvinner utsettes for uønsket bildepublisering på nett:

Kvinner: 200 (53 %)

Menn: 118 (44 %)

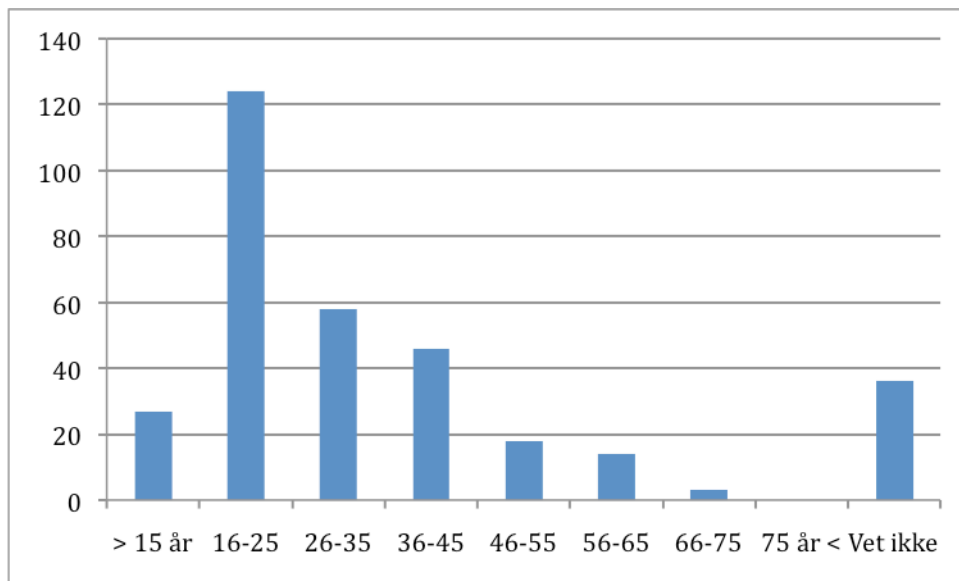
Vet ikke: 8 (3 %)

TOTAL: 326



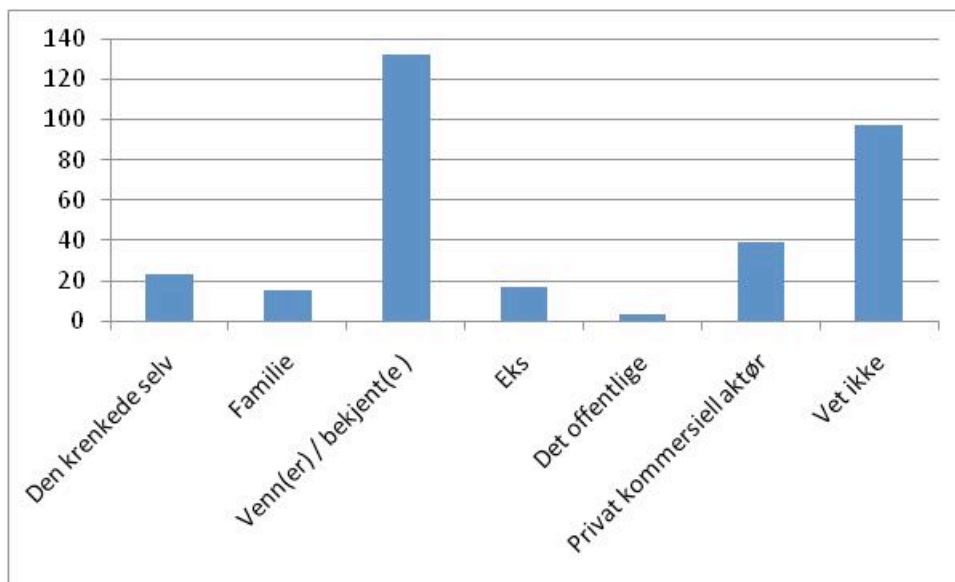
- Aldersfordelingen var slik:

Opp til 15 år:	27	(8 %)
16 – 25 år:	124	(38 %)
26 – 35 år:	58	(18 %)
36 – 45 år:	46	(14 %)
46 – 55 år:	18	(6 %)
56 – 65 år:	14	(4 %)
66 – 75 år:	3	(1 %)
Over 75 år:	0	(0 %)
<u>Vet ikke:</u>	<u>36</u>	<u>(11 %)</u>
TOTAL:	326	



- I halvparten av tilfellene er det folk man har eller har hatt en relasjon til som står bak den uønskede bildepubliseringen:

Den krenkede selv:	23	(7 %)
Familie:	15	(5 %)
Venn(er) / bekjent(e):	132	(40 %)
Eks:	17	(5 %)
Det offentlige:	3	(1 %)
Privat aktør:	39	(12 %)
<u>Ukjent/vet ikke:</u>	<u>97</u>	<u>(30 %)</u>
TOTAL:	326	




Vedlegg 3: årsstatistikk slettmeg.no (hefte fra ettårsmarkeringen)

slett
meg.no

Årsstatistikk 2010

Rapporteringsperiode: 8. mars – 31. desember 2010

TNOVE-2007-145440

 Datatilsynet

Bakgrunn

I Personvernkomisjonens utredning fra 2009 var det å opprette "en tjeneste som kan bistå de som får sitt personvern krenket på Internett" ett av forslagene som kommisjonen la frem. Datatilsynet fikk så i oppdrag av Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet (FAD) å utrede mulighetene for å etablere en slik hjelpetjeneste. Kort tid senere fulgte også midler til selve etableringen. 8.mars 2010 ble tjenesten slettmeg.no lansert som et prøveprosjekt.

Oppsummering

Fra lanseringen 8.mars og ut året håndterte tjenesten i alt 3 236 henvendelser via e-post, telefon, kontaktskjema og chat. I samme periode ble det i gjennomsnitt registrert 70 000 månedlige sidevisninger på www.slettmeg.no.

Tjenesten har langt på vei lyktes i å nå ut til alle aldersgrupper. 22 prosent av henvendelsene kom fra personer over 45 år.

At slettmeg.no har klart å hjelpe så mange forskjellig personer, enten problemet har vært falske profiler, uønsket bildepubliserings eller sjikane, må i stor grad tilskrives tjenestens uformelle og praktiske arbeidsmetodikk. Fremfor å fokusere på lovverk og formell saksbehandling, slik man kanskje forventer seg av en offentlig hjelpetjeneste, forsøker slettmeg.no så langt som mulig å holde jussen utenfor. Det har ofte vist seg at enkeltpersoner, så vel som store nettsted, er langt mer lydhøre overfor konkrete løsningsforslag enn overfor regler, paragrafer og offentlig myndighetsutøvelse. En juridisk tilnærming til personvernkrænkelser på nett munner dessuten fort ut i spørsmålet om hvorvidt den aktuelle nettside/-tjeneste er underlagt norsk jurisdiksjon eller ikke.

Et fellestrekk ved mange av de henvendelsene som slettmeg.no har mottatt er at de som tok kontakt ikke ville ha fått hjelp av andre instanser.

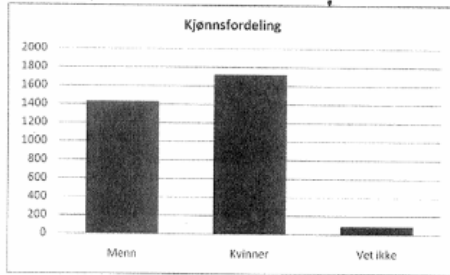
Tall for 2010

- Tjenesten håndterte til sammen **3 236 henvendelser** via e-post, telefon, kontaktskjema og chat.
- www.slettmeg.no hadde et gjennomsnitt på **70 000 sidevisninger** per måned.
- 53 prosent av dem som tok kontakt var **kvinner**.
- 18 prosent av dem som tok kontakt ønsket hjelp til å **slette egen profil/konto** på Internett.
- **Uønsket bildepubliserings** stod for 10 prosent av alle henvendelser.
- **Falske profiler** stod for 7 prosent av alle henvendelser.
- 5 prosent av alle henvendelser gjaldt **hacking**.
- **Sjikane/mobbing** stod for 8 prosent av alle henvendelser.
- 12 prosent av henvendelsene omhandlet **uønskede katalogoppføringer** på nett.

Henvendelser fordelt på kjønn og alder

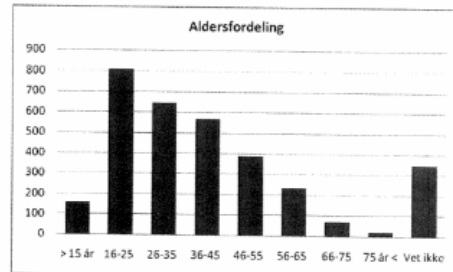
Kjønn

Kvinner: 1 719 (53 %)
 Menn: 1 429 (44 %)
 Vet ikke: 88 (3 %)
TOTAL: 3 236



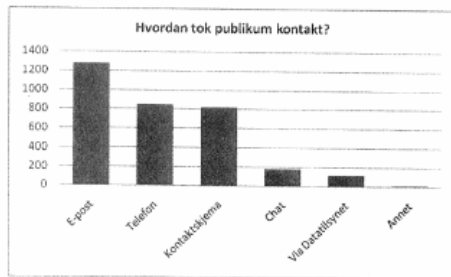
Alder

Opp til 15 år: 157 (5 %)
 16 - 25 år: 809 (25 %)
 26 - 35 år: 644 (20 %)
 36 - 45 år: 568 (18 %)
 46 - 55 år: 386 (12 %)
 56 - 65 år: 233 (7 %)
 66 - 75 år: 71 (2 %)
 Over 75 år: 21 (1 %)
Vet ikke: 347 (11 %)
TOTAL: 3 236



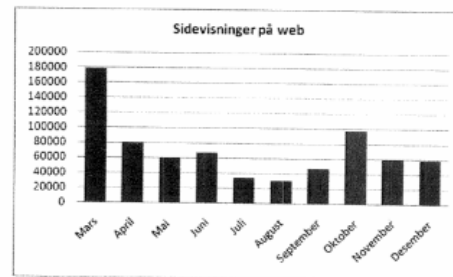
Hvordan tok publikum kontakt?

E-post:	1 275 (40 %)
Telefon:	845 (26 %)
Kontaktskjema:	819 (25 %)
Chat:	176 (5 %)
Via Datatilsynet:	115 (4 %)
Annet:	6 (0,2 %)
TOTAL:	3 236



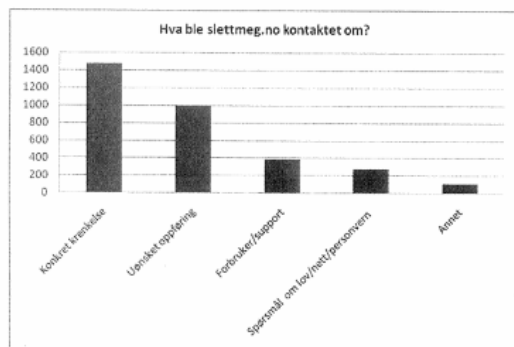
Sidevisninger på web

Mars:	178 565
April:	80 155
Mai:	59 865
April:	67 421
Mai:	59 865
Juni:	67 421
Juli:	34 160
August:	29 733
September:	46 929
Oktober:	97 800
November:	59 212
Desember:	58 606
TOTAL:	712 446
Gj.snitt per måned:	71 245



Hva ble slettme.no kontaktet om?

Konkret krenkelse ¹ :	1 478 (46 %)
Uønsket oppføring ² :	997 (31 %)
Forbruker/support ³ :	388 (12 %)
Generelle spørsmål ⁴ :	270 (8 %)
<u>Annet⁵:</u>	<u>103 (3 %)</u>
TOTAL:	3 236



¹ Uønsket bildepublisering, sjikane/mobbing, ærekrenkelse, krenkelse av privatlivets fred, falske profiler, hacking, avdødes profiler, uønsket publisering av personopplysninger, uriktig informasjon m.m.

² Fjerne oppføringer i nettkataloger, fjerning fra skattelister (ikke mulig), slette egen profil/konto, fjerne /andre journalistisk innhold, endre søkemotortreff, fjerne egne kommentarer/innlegg m.m.

³ Har mistet tilgang til egen konto/profil, mottar uønsket elektronisk markedsføring / søppelpost m.m.

⁴ Spørsmål om hva som er lovgivning / nett / personvern.

⁵ Det som ikke passer inn under de fire kategoriene over.

Konkrete krenkelser

1) Uønsket bildepublisering

- Uønsket bildepublisering stod for 10 prosent av alle henvendelser.

- Flest kvinner utsettes for uønsket bildepublisering på nett:

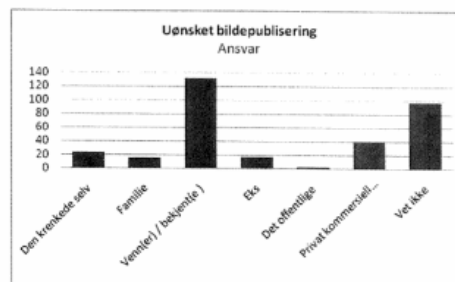
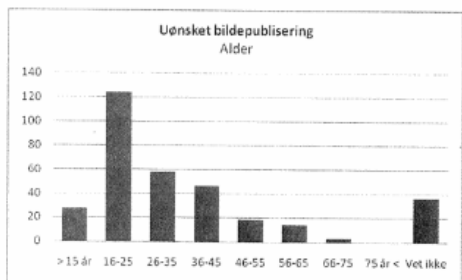
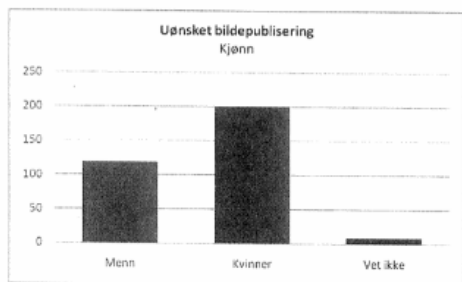
Kvinner:	200	(53 %)
Menn:	118	(44 %)
Vet ikke:	8	(3 %)
TOTAL:	326	

- Aldersfordelingen var slik:

Opp til 15 år:	27	(8 %)
16 – 25 år:	124	(38 %)
26 – 35 år:	58	(18 %)
36 – 45 år:	46	(14 %)
46 – 55 år:	18	(6 %)
56 – 65 år:	14	(4 %)
66 – 75 år:	3	(1 %)
Over 75 år:	0	(0 %)
Vet ikke:	36	(11 %)
TOTAL:	326	

- Ansvar for den uønskede bildepubliseringen fordelte seg slik:

Den krenkede selv:	23	(7 %)
Familie:	15	(5 %)
Venn(er) / bekjent(e):	132	(40 %)
Eks:	17	(5 %)
Det offentlige:	3	(1 %)
Privat aktør:	39	(12 %)
Ukjent/vet ikke:	97	(30 %)
TOTAL:	326	



2) Falske profiler

- Falske profiler stod for **7 prosent** av alle henvendelser.

- I 6 av 10 tilfeller er det kvinner som rammes:

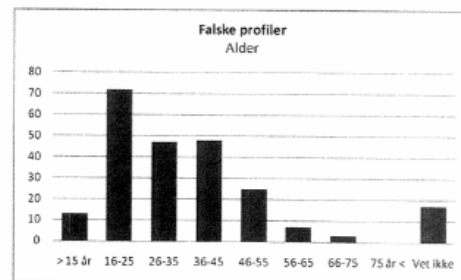
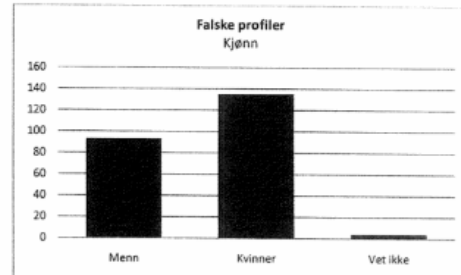
Kvinner:	135	(53 %)
Menn:	93	(44 %)
Vet ikke:	4	(3 %)
TOTAL:	232	

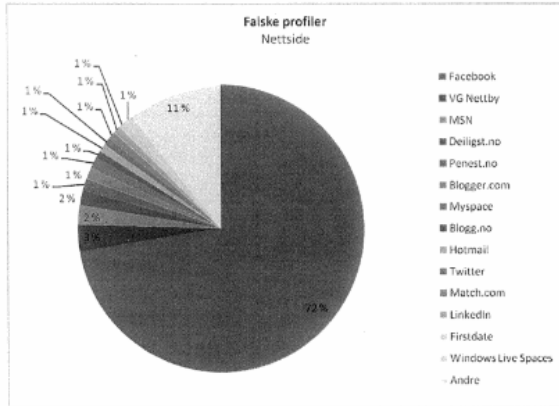
- Aldersfordelingen var slik:

Opp til 15 år:	13	(6 %)
16 - 25 år:	72	(31 %)
26 - 35 år:	47	(20 %)
36 - 45 år:	48	(21 %)
46 - 55 år:	25	(11 %)
56 - 65 år:	7	(3 %)
66 - 75 år:	3	(1 %)
Over 75 år:	0	(0 %)
Vet ikke:	17	(7 %)
TOTAL:	232	

- Henvendelsene fordelte seg på følgende nettsider:

Facebook:	168	(72 %)
VG Nettby:	7	(3 %)
MSN:	5	(2 %)
Deiligst.no:	4	(1 %)
Penest.no:	3	(1 %)
Blogger.com:	3	(1 %)
Myspace:	3	(1 %)
Blogg.no:	2	(1 %)
Hotmail:	2	(1 %)
Twitter:	2	(1 %)
Match.com:	2	(1 %)
LinkedIn:	2	(1 %)
Firstdate.com:	2	(1 %)
Windows Live Spaces:	2	(1 %)
Andre:	25	(12 %)
TOTAL:	232	





3) Hacking av profiler/kontoer

- Hacking stod for **5 prosent** av alle henvendelser.

- Fordelingen var seg slik mellom kjønnene:

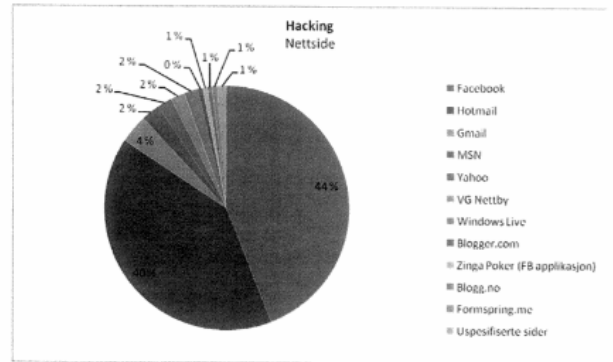
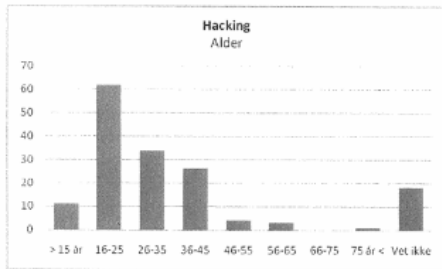
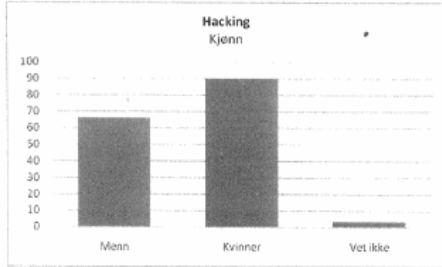
Kvinner:	90	(57 %)
Menn:	66	(42 %)
Vet ikke:	3	(2 %)
TOTAL:	159	

- Aldersfordelingen var slik:

Opp til 15 år:	11	(7 %)
16 - 25 år:	62	(39 %)
26 - 35 år:	34	(21 %)
36 - 45 år:	26	(16 %)
46 - 55 år:	4	(3 %)
56 - 65 år:	3	(2 %)
66 - 75 år:	0	(0 %)
Over 75 år:	1	(1 %)
Vet ikke:	18	(11 %)
TOTAL:	159	

- Henvendelsene fordelte seg på følgende nettsider:

Facebook:	70	(44 %)
Hotmail:	64	(40 %)
Gmail:	6	(4 %)
MSN:	4	(3 %)
Yahoo:	3	(2 %)
VG Nettby:	3	(2 %)
Windows Live:	3	(2 %)
Blogger.com:	1	(1 %)
Zinga Poker (Facebij app.):	1	(1 %)
Blogg.no:	1	(1 %)
Formspring.me:	1	(1 %)
Uspesifiserte sider:	2	(1 %)



4) Sjikane / mobbing

- Sjikane / mobbing står for 8 prosent av alle henvendelser.

- Erfaringene viser at menn og kvinner utsettes for sjikane i nokså like stor grad.

Kvinner:	118	(47 %)
Menn:	129	(51 %)
Vet ikke:	6	(2 %)
TOTAL:	253	

- Aldersfordelingen var slik:

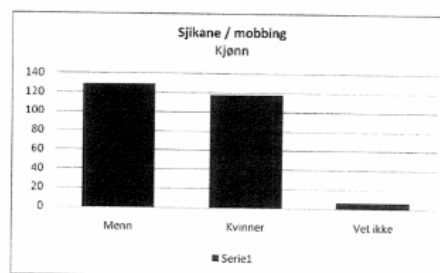
Opp til 15 år:	19	(8 %)
16 - 25 år:	71	(28 %)
26 - 35 år:	35	(14 %)
36 - 45 år:	61	(24 %)
46 - 55 år:	30	(12 %)
56 - 65 år:	10	(4 %)
66 - 75 år:	5	(2 %)
Over 75 år:	0	(0 %)
Vet ikke:	22	(9 %)
TOTAL:	253	

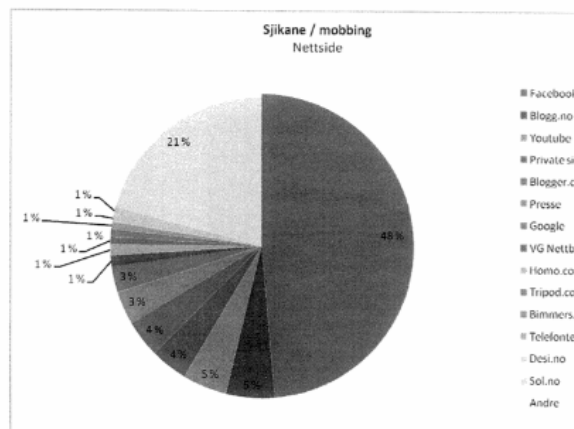
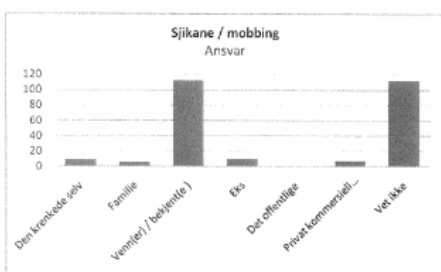
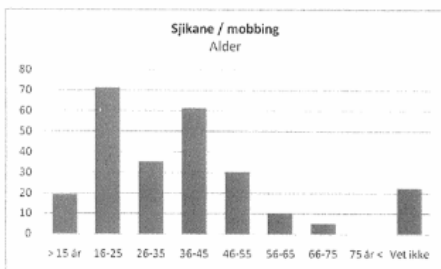
- Ansvaret for den uønskede sjikane/mobbingen fordelte seg slik:

Den krenkede selv:	8	(3 %)
Familie:	5	(2 %)
Venn(er) / bekjent(e):	112	(44 %)
Eks:	9	(4 %)
Det offentlige:	0	(0 %)
Privat aktør:	7	(3 %)
Ukjent/vet ikke:	112	(44 %)
TOTAL:	253	

- Henvendelsene fordelte seg på følgende nettsider:

Facebook:	123	(49 %)
Blogg.no:	13	(5 %)
Youtube:	12	(5 %)
Private sider:	10	(4 %)
Blogger.com:	10	(4 %)
Presse:	9	(4 %)
Google:	7	(3 %)
VG Nettby:	3	(1 %)
Homo.com:	3	(1 %)
Tripod.com:	2	(1 %)
Bimmers.no:	2	(1 %)
Telefonterror.no:	2	(1 %)
Desi.no:	2	(1 %)
Sol.no:	2	(1 %)
Andre:	53	(21 %)
TOTAL:	253	





Uønskede oppføringer

1) Sletting av egen profil/ konto

- 18 prosent av alle henvendelser gjaldt hjelp til å slette egen profil/konto på nett.

- Flest kvinner ønsker hjelp til å slette egen profil/konto på nett.

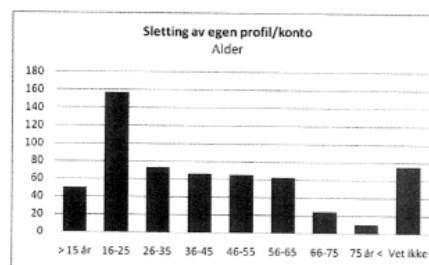
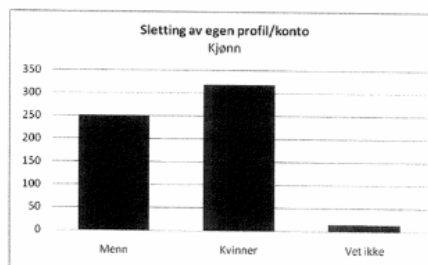
Kvinner:	318	(55 %)
Menn:	250	(43 %)
Vet ikke:	14	(2 %)
TOTAL:	582	

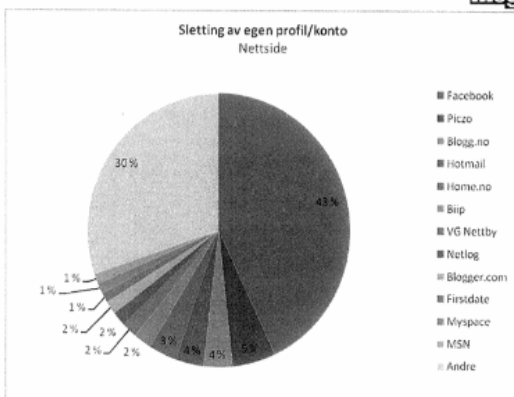
- Aldersfordelingen var slik:

Opp til 15 år:	50	(9 %)
16 – 25 år:	157	(27 %)
26 – 35 år:	73	(13 %)
36 – 45 år:	66	(11 %)
46 – 55 år:	65	(11 %)
56 – 65 år:	62	(11%)
66 – 75 år:	24	(4 %)
Over 75 år:	10	(2 %)
Vet ikke:	75	(13 %)
TOTAL:	582	

- Henvendelsene fordelte seg på følgende nettsider:

Facebook:	250	(43 %)
Piczo :	31	(5 %)
Blogg.no:	21	(4 %)
Hotmail:	20	(3 %)
Home.no:	20	(3 %)
Bijp	13	(2 %)
VG Nettby:	11	(2 %)
Netlog:	10	(2 %)
Blogger:	9	(2 %)
Firstdate:	7	(1 %)
Myspace:	7	(1 %)
MSN :	7	(1 %)
Andre :	176	(30 %)
TOTAL:	582	





2) Uønsket katalogoppføring

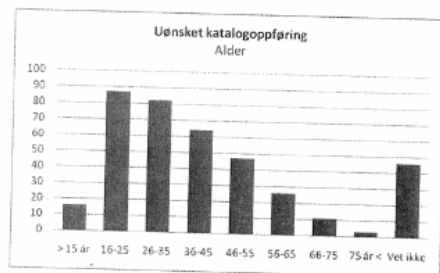
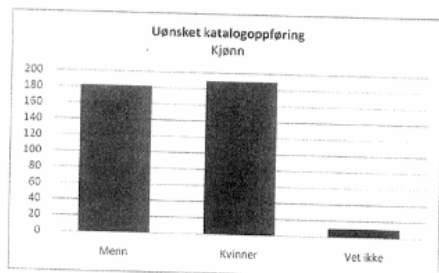
- 12 prosent av alle henvendelser gjaldt fjerning av katalogoppføringer på nett.

- Fordelingen mellom kjønnene var slik:

Kvinner:	190	(48 %)
Menn:	182	(50 %)
Vet ikke:	10	(2 %)
TOTAL:	382	

- Aldersfordelingen var slik:

Opp til 15 år:	16	(4 %)
16 – 25 år:	87	(23 %)
26 – 35 år:	82	(21 %)
36 – 45 år:	64	(17 %)
46 – 55 år:	47	(12 %)
56 – 65 år:	26	(7 %)
66 – 75 år:	11	(3 %)
Over 75 år:	3	(1 %)
Vet ikke:	46	(12 %)
TOTAL:	382	



Overføring av henvendelser

- Slettme.no viderefremmet i alt 128 henvendelser til andre aktører i 2010. De fordelte seg slik:

Politiet:	41
Konfliktrådet:	19
Datatilsynet:	18
Norsis:	14
Forbrukerombudet:	13
PFU:	7
Norsk presseforbund:	4
Ansvarlig avisredaktør:	4
Forbrukerrådet:	3
Advokat:	2
Skole:	1
Patentstyret:	1
Tono:	1
TOTALT	128

