



Saken forklart

Ny EU-lov skal gjøre internett tryggere

Algoritmene styrer innholdet på sosiale medier. Disse premierer engasjerende og sensasjonelt innhold. Det fører til at falske nyheter, desinformasjon og ulovlig innhold spres raskt og målrettet på nett. Forsøk på å påvirke valg eller undergrave tilliten til helsemyndighetene under koronapandemien er bare noen eksempler på hvordan algoritmestyrte plattformer påvirker samfunnet.

Plattformselskapene har i stor grad regulert innholdet selv, men nå har EU vedtatt strengere krav til kontroll, innsyn og ansvarlighet gjennom forordningen [Digital Services Act](#).

DIGITAL SERVICES ACT

Målet med Digital Services Act er å gjøre internettbaserte selskaper ansvarlige for spredning av ulovlig innhold, og beskytte internettbrukeres grunnleggende rettigheter.

Digital Services Act gir alle nettselskaper forpliktelser avhengig av selskapenes størrelse og tjenestene som tilbys. Loven vil gjelde for alt fra sosiale medieplattformer og søkemotorer, til markeds plasser og skytjenester. Selskapene pålegges å fjerne ulovlig innhold og være åpne om innholdsmoderering gjennom årlig rapportering. Det er imidlertid opp til medlemsstatene selv å bestemme hva som er ulovlig, slik straffeloven gjør i Norge.

Forordningen trer i kraft i 2024, og vil bli norsk lov. Den innføres på samme tid som EUs nye konkurranselov – [Digital Markets Act](#) – som skal bidra til en mer rettferdig digital konkurranse.

STRENGE KRAV TIL DE STØRSTE

De største nettplattformene og søkemotorene, med over 45 millioner aktive månedlige brukere i EU, pålegges flest og mest omfattende krav:

Åpenhet om innhold: Selskapene må hvert halvår rapportere om innhold som modereres og fjernes, hvor mye ressurser som settes av til dette, samt resultatet

DIGITAL SERVICES ACT (DSA)

- » Ny EU-lov gjør digitale selskaper ansvarlige for spredning av ulovlig innhold på nett
- » Store plattformer og søkemotorer må være åpne om moderering og algoritmer, og vurdere risiko for desinformasjon, folkehelse, valg og rettigheter
- » Internettbrukere skal få vite hvorfor de får se innhold, hvem som står bak, og enkelt kunne klage på ulovlig innhold
- » Norge skal peke ut nasjonal koordinator og sertifiserer varslere
- » Utvidet innsyn og forbud mot atferdsbasert reklame er nå oppe til diskusjon

og omfanget av klagen de mottar. Det stilles også nye krav til varsling, begrunnelser og klageordninger.

Innsyn i data og algoritmer: Loven forplikter de store til å dele forespurte data med nasjonalt sertifiserte forskere og tilsynsmyndigheter. Dette gjelder også innsyn i designet, logikken og funksjonen til algoritmene. Mer tilgang på data om plattformenes virksomhet og algoritmer skal bidra til å bygge kunnskap om hvordan plattformene opererer og hvordan tjenestene påvirker mennesker og samfunn.

Risikostyring: De største selskapene må minst én gang i året vurdere risiko knyttet til blant annet samfunnssikkerhet, desinformasjon, folkehelse, valg og grunnleggende rettigheter. Selskapene pålegges å innføre ansvarlige, proporsjonale og effektive tiltak, for å redusere risiko. En årlig uavhengig revisjon skal kontrollere at forpliktelsene innfris.

EN TRYGGERE HVERDAG PÅ NETT

Større valgfrihet og mer innsyn: I dag er det i stor grad ukjente algoritmer som bestemmer hva slags innhold brukere får se på sosiale medier. Brukerne skal nå få vite hovedkriteriene bak innholdet de får se, og få mulighet til å endre disse. Det skal også bli mulig å velge minst ett visningsalternativ som ikke er basert på sporing på nett, for eksempel at innhold vises kronologisk.

Det stilles også krav til annonsører. Reklame må merkes og det må framkomme hvem som står bak. I tillegg må alle annonser lagres i en offentlig database i minst ett år etter visning.

Enklere å klage: Det har vært vanlig praksis at sosiale medieplattformer fjerner innhold og utestenger brukere, uten at det oppgis en begrunnelse. Det mest kjente eksempelet fra Norge er Facebooks [fjerning](#) av Nick Uts bilde «The Terror of war» fra Vietnamkrigen.

Nå må sletting av en brukers innhold varsles og begrunnes, i det øyeblikk innholdet fjernes. Det skal også bli enklere å klage på ulovlig innhold, og at innhold har blitt fjernet. Plattformene blir forpliktet til å følge opp alle klagesaker, og må offentliggjøre resultatet av klagene. Brukeren får mulighet til å anke avgjørelsen til en uavhengig instans.

Mindre manipulasjon: Digital Services Act forbyr manipulerende design, såkalt dark patterns. Dette er design som lurer brukere til å ta valg, som for eksempel å abonnere på en tjeneste de i utgangspunktet ikke ønsket å abonnere på, eller å godta mer datadeling enn nødvendig. Forbudet gjelder kun for manipulerende design som ikke er regulert gjennom annen lovgivning som personvernforordningen og handelspraksis-direktivet.

Bedre krisehåndtering: Loven skal sikre at det blir tryggere på nett i krisetid. De store selskapene må samarbeide med tilsynsmyndigheter i krisesituasjoner som eksempelvis global pandemi, naturkatastrofer eller krig. Denne nye mekanismen for hurtig respons gir EU-kommisjonen myndighet til å pålegge selskapene å innføre tiltak for å begrense spredningen av ulovlig og falskt innhold i krisetid.

Atferdsbasert reklame mot barn forbyr: Personopplysninger og data om brukeres aktivitet på nett samles inn i store mengder og brukes blant annet til målretting av reklame og annen informasjon. Digital Services Act forbyr atferdsbasert reklame mot barn, og reklame basert på sensitive personopplysninger som for eksempel opplysninger om seksualitet, etnisitet og religiøs tilhørighet.

HÅNDHEVING

Flere skal håndheve Digital Services Act, både i Norge og i EU.

EU fører tilsyn med de største: EU-kommisjonen får ansvar for å føre tilsyn med de aller største selskapene

og søkemotorene. Ved brudd på loven, kan selskapene få bøter på opptil 6 % av årlig omsetning.

[Over hundre nye ansatte](#) i Kommisjonen skal bidra i oppfølgingen av Digital Services Act og Digital Markets Act. Dette skal de største selskapene delvis finansiere. Kommisjonen får også rett til å innhente informasjon og gjennomføre stedlig kontroll. Det skal opprettes et nytt, uavhengig råd for digitale tjenester som skal gi anbefalinger til både Kommisjonen og nasjonale tilsynsmyndigheter. Rådet skal også publisere årlige rapporter der de vurderer selskapenes risikohåndtering.

NASJONAL TILPASNING

Nasjonal koordinator og varslere: I hvert medlemsland får en nasjonal koordinator ansvar for oppfølging og håndheving av loven. Koordinatoren skal også sertifisere nasjonale varslere som får et særskilt ansvar for å flagge ulovlig innhold på nett. Selskapene blir pålagt å prioritere disse varslene.

Det er foreløpig uavklart hvilke(t) tilsyn som får koordinatorrollen, og dermed skal håndheve loven i Norge. Tilstrekkelig med ressurser og kompetanse vil være nødvendig for å sikre effektiv håndheving.

Innsyn i nasjonale forhold: I hvilken grad Norge kan velge å regulere digitale selskaper utover Digital Services Act er uavklart. Loven legger i utgangspunktet opp til totalharmonisering av regelverket for digitale tjenester i Europa. EU-kommisjonen satte ned foten for en [ny lov om sosiale medier](#) i Danmark, som hadde som mål å stramme inn reglene på nett for å beskytte mindreårige.

Selv om det nasjonale handlingsrommet kan være begrenset, så bør det kartlegges. Å sikre mer innsyn i nasjonale forhold trekkes fram av [Ytringsfrihetskommisjonen](#) som en mulig nasjonal tilpasning som kan forsterke loven i Norge. Det kan for eksempel gjelde åpenhet om norskspråklig moderering – alt fra mengde og type innhold som modereres og fjernes til antall norskspråklige moderatorer.

Utrede forbud mot atferdsbasert reklame: Et av de mest omstridte spørsmålene i forhandlingene om Digital Services Act var reglene knyttet til atferdsbasert reklame. Diskusjonen om et forbud mot denne type markedsføring for flere brukergrupper enn mindreårige er fremdeles et aktuelt politisk spørsmål, også i Norge. Personvernkommissjonens flertall vil [utrede](#) om et generelt forbud mot atferdsbasert reklame er nødvendig for å beskytte internettbrukere.

“Saken forklart” utgis av Teknologirådets sekretariat.
Mer informasjon på www.teknologiradet.no
Publisert november 2022