

# *De problematiek van moderatie van online content door sociale media*

Onderzoek naar de mogelijkheden en beperkingen bij het modereren van publicaties op de sociale media platformen YouTube en Facebook gekeken naar contractvrijheid en het recht op vrijheid van meningsuiting.



Masterscriptie Universiteit van Tilburg 2020-2021  
Faculteit Rechtswetenschappen

J. de Rond

# ***De problematiek van moderatie van online content door sociale media***

Onderzoek naar de mogelijkheden en beperkingen bij het modereren van publicaties op de sociale media platformen YouTube en Facebook gekeken naar contractvrijheid en het recht op vrijheid van meningsuiting.

Masterscriptie Universiteit van Tilburg 2020-2021

Faculteit Rechtswetenschappen

Rechtsgeleerdheid

Student: Jessy de Rond

Snr: 203816

Begeleiding: de heer dr. mr. E. Tjong Tjin Tai

## Voorwoord

Voor u ligt mijn masterscriptie: ‘De problematiek van moderatie van online content door sociale media’. Hierin doe ik onderzoek naar de mogelijkheden en beperkingen bij het modereren van publicaties op de sociale media platformen YouTube en Facebook gekeken naar contractvrijheid en het recht op vrijheid van meningsuiting. Dit onderzoek is geschreven in het kader van mijn Master Rechtsgeleerdheid aan de Universiteit van Tilburg.

Bij deze bedank ik in het bijzonder mijn begeleider de heer Tjong Tjin Tai voor zijn hulp door middel van feedback en begeleiding. Tevens wil ik mijn nabije vrienden, familie en medestudenten bedanken voor de steun en motivatie tijdens het schrijven van dit onderzoek.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Bergen op Zoom, 11 mei 2021.

## Samenvatting

In dit onderzoek wordt getracht een antwoord te geven op de vraag: *‘Welk kader voor het modereren van publicaties op sociale media kan worden opgesteld naar aanleiding van een analyse van de regels en methoden van YouTube en Facebook, de wet- en regelgeving omtrent contractvrijheid en het recht op vrijheid van meningsuiting?’*.

Door de opkomst van sociale media is er een gevaar ontstaan dat gewelddadige, terroristische, haatzaaiende, kinderpornografische en andere onwettige of onwenselijke content online wordt gezet. Sociale media platformen opereren op dit gebied vanuit contractvrijheid. Zowel Facebook als YouTube heeft gedragsregels opgesteld aan de hand waarvan zij beoordelen of content gewenst of ongewenst is en in welke gevallen deze verwijderd kan en/of zal worden. Op basis van deze contractvrijheid hebben Facebook en YouTube geheel vrij spel om te bepalen wat de inhoud is van deze gedragsregels. Hierin speelt tevens mee dat uit de wetgeving en jurisprudentie blijkt dat sociale media platformen niet aansprakelijk gesteld kunnen worden voor de content die door gebruikers op het platform worden geplaatst. Hiermee worden sociale media platform ontmoedigd om publicaties te verwijderen.

Dit kader wordt echter beperkt doordat er verplichtingen zijn opgelegd aan de sociale media platformen, waaronder Facebook en YouTube. Moderatie is noodzakelijk om verschillende gevaarlijke content uit te filteren en internetgebruikers te beschermen voor deze schadelijke content. Op Europees niveau is er wetgeving ontstaan die de sociale media platformen verplicht om bepaalde informatie te verwijderen. Door middel van deze wetgeving wordt duidelijk welke content aangemerkt moet worden als schadelijk of ongewenst, in hoeverre de platformen zich dienen in te zetten en hoe hier toezicht op uitgeoefend dient te worden. Sociale media platformen hebben op grond hiervan een maatschappelijke verantwoordelijkheid voor de content op de platformen.

Het gevaar dat moderatie met zich meebrengt is private censuur. Er wordt een rol weggelegd voor private sociale media platformen om te beoordelen welke content niet toegestaan is op een platform. Tevens dienen zij deze regels zelf uit te voeren en zelfstandig te beslissen over hieruit voortkomende geschillen. Het recht op vrijheid van meningsuiting biedt geen voldoende tegenwicht om individuele internetgebruikers te beschermen tegen de gevaren van private censuur. Enkel in hele bijzondere gevallen zal er een positieve verplichting voor de staat ontstaan om tegen een beslissing van een sociaal media platform in te gaan ter bescherming van de gebruiker.



# Inhoudsopgave

<b>Hoofdstuk 1 – Inleiding .....</b>	<b>8</b>
1.1 Probleemanalyse .....	8
1.2 Opbouw van het onderzoek .....	9
<b>Hoofdstuk 2 – Moderatie op YouTube en Facebook .....</b>	<b>11</b>
2.1. Inleiding .....	11
2.2. Problemen op sociale media .....	11
2.3. Moderatie op Facebook.....	12
2.3.1. Regels .....	12
2.3.2 Methoden .....	13
2.4 Moderatie op YouTube .....	14
2.4.1. Regels .....	14
2.4.2. Methoden .....	15
2.5. Contractvrijheid .....	16
<b>Hoofdstuk 3: Plichten Facebook en YouTube .....</b>	<b>20</b>
3.1 Inleiding .....	20
3.2 Aansprakelijkheid sociale media platformen.....	20
3.3 Recente ontwikkelingen .....	22
3.4 Tussenconclusie.....	25
<b>Hoofdstuk 4: Het recht op vrijheid van meningsuiting .....</b>	<b>26</b>
4.1 Inleiding .....	26
4.2 Het recht op vrijheid van meningsuiting ex art. 10 EVRM.....	26
4.3 Margin of appreciation .....	28
4.4 Positieve verplichtingen .....	30
4.4.1 Positieve verplichtingen tegenover private partijen.....	30
4.4.2 Positieve verplichtingen ter bescherming van individuele internetgebruikers.....	32
4.5 Tussenconclusie.....	34
<b>Hoofdstuk 5: .....</b>	<b>35</b>
5.1 Inleiding .....	35
5.2. Kader moderatie.....	35
5.2 Beoordeling werkwijze platformen ten aanzien van het kader moderatie .....	36
<b>Hoofdstuk 6: Conclusie .....</b>	<b>38</b>
<b>Bronnen .....</b>	<b>39</b>

## Lijst met afkortingen

Art. – Artikel

BW – Het Burgerlijk Wetboek

EHRM – Het Europees Hof voor de Rechten van de Mens

EVRM – Het Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden.

EU – De Europese Unie

Richtlijn audiovisuele mediadiensten – Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten

Richtlijn inzake elektronische handel – Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt

# Hoofdstuk 1 – Inleiding

## 1.1 Probleemanalyse

Sociale media is tegenwoordig niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Je stuurt je vrienden en familie even een ‘whatsappje’ om iets af te spreken. Je stuurt grappige filmpjes op Facebook door en deelt je mooiste plaatjes op Instagram. Het is enorm gemakkelijk geworden om gegevens te verspreiden en op de hoogte te blijven van allerlei nieuws. Kranten worden veelal online gelezen of het nieuws wordt verspreid via verschillende sociale media platformen.

Sociale media platformen hebben hun eigen manier om in de hand te houden welke informatie wel of niet online komt of online blijft op het platform. Zo heeft het Facebook een aantal pagina's offline gehaald die in strijd waren met het COVID-19 beleid van het platform.<sup>1</sup> Drie partijen zijn naar de rechter gestapt om terugplaatsing van de verwijderde pagina's te eisen. Zij geven aan dat Facebook door het verwijderen van de pagina's een inbreuk heeft gemaakt op hun recht van vrijheid van meningsuiting, vrijheid van vereniging en vrijheid van betoging. Het recht van vrijheid van meningsuiting wordt in het bijzonder behandeld in de uitspraak van de rechtbank.<sup>2</sup> Op grond van artikel 10 van het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens (verder te noemen: EVRM) en artikel 8 Grondwet heeft een ieder het recht op vrijheid van meningsuiting. In artikel 10 lid 2 EVRM is de beperkingsclausule te vinden. Deze clausule staat beperking van het grondrecht in bepaalde gevallen toe. De relatie tussen sociale media platforms en gebruikers hiervan is echter privaatrechtelijk. In de voornoemde uitspraak van de rechtbank wordt aangegeven dat het recht op vrijheid van meningsuiting echter geen directe horizontale werking heeft. Dit houdt in dat het bestaan van het recht op vrijheid van meningsuiting private partijen zoals Facebook niet direct verplicht om andere private partijen hun mening te laten uiten door middel van het desbetreffende platform. De voorzieningen rechter beslist dat Facebook de pagina's gerechtigd offline heeft gehaald.<sup>3</sup> In feite krijgen private partijen dus de vrijheid om de inhoud van de platforms te modereren.

In bepaalde gevallen kan moderatie positief zijn. Een gevolg van de digitalisering van nieuws is namelijk dat nepnieuws gemakkelijk wordt verspreid doordat gebruikers van sociale media platformen nieuws zelfstandig kunnen delen. ‘Nepnieuws is misleidende en onjuiste informatie in de vorm van een nieuwsbericht, die wordt

---

<sup>1</sup> ‘Bezwaren Smart Exit c.s. tegen COVID-19 beleid van Facebook afgewezen’, [www.rechtspraak.nl](http://www.rechtspraak.nl) (zoek op Smart Exit).

<sup>2</sup> Rb. Amsterdam 13 oktober 2020, ECLI:NL:RBAMS:2020:4966.

<sup>3</sup> Rb. Amsterdam 13 oktober 2020, ECLI:NL:RBAMS:2020:4966.



verspreid om geld te verdienen of om de publieke opinie te beïnvloeden. Het is een vorm van desinformatie'.<sup>4</sup> Uit onderzoek blijkt dat nepnieuws veel sneller verspreid wordt omdat de inhoud vaak ongebruikelijk is. Dit wekt de interesse van mensen sneller.<sup>5</sup> Door middel van het modereren van de gegevensstroom kunnen sociale media platforms nepnieuws uit de wereld brengen. Vooral nu in tijden van het COVID-19 virus zijn er naast artsen en epidemiologen ook mensen die hun mening posten zonder dat zij een voldoende professionele achtergrond hebben. Tegelijkertijd brengt deze moderatie een censuur met zich mee. De moderators van de verschillende sociale media platformen beslissen zelfstandig of nieuws wel of niet van een 'betrouwbare bron' afkomstig is.<sup>6</sup>

Er is sprake van een tweestrijd. Zonder het modereren van de informatiestroom hebben consumenten geheel vrij spel. Er wordt dan ruimte gemaakt voor bijvoorbeeld terreurpropaganda, gewelddadige content en allerlei nepnieuws. Tegelijkertijd brengt deze vorm van censuur een bedreiging voor de vrijheid van meningsuiting met zich mee. Daarnaast kunnen platforms de informatie zodanig sturen dat de mening van burgers beïnvloed wordt. Er is op dit moment nog geen specifieke wetgeving omtrent deze problematiek. Tevens is er weinig zicht op het probleem dat deze invloed van sociale media met zich mee brengt.

Het is kortom onduidelijk wat sociale media platformen nu precies wel en niet mogen wanneer het gaat om moderatie van publicaties op het platform. De wet- en regelgeving op het gebied van contractvrijheid en de vrijheid van meningsuiting botsen. Doordat er geen zicht is op wat wel en niet geoorloofd is, kan er ook niet worden gehandhaafd. Hierdoor is het van belang dat duidelijkheid ontstaat over de rechten en plichten van sociale media platformen wanneer zij bepaalde publicaties offline halen.

## 1.2 Opbouw van het onderzoek

Het doel van dit onderzoek is het opstellen van een beoordelingskader voor de mogelijkheden tot moderatie van publicaties op sociale media platformen, gelet op de wet- en regelgeving omtrent contractvrijheid en het grondrecht vrijheid van meningsuiting.

---

<sup>4</sup> 'Nepnieuws', *Mediawijsheid*, <https://www.mediawijsheid.nl/nepnieuws/> (geraadpleegd op 17 april 2021).

<sup>5</sup> S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral, 'The spread of true and false news online', *Sciencemag* 2018, [www.science.sciencemag.org](http://www.science.sciencemag.org) (zoek op spread false news) (geraadpleegd op 17 april 2021).

<sup>6</sup> 'Experts zeggen vrije meningsuiting online wordt bedreigd door censuur op sociale media', *Epoch Times* 1 juni 2020, [www.epochtimes.nl](http://www.epochtimes.nl) (zoek op censuur sociale media) (geraadpleegd op 17 april 2021).

De vraag die hierbij centraal zal staan is: *‘Welk kader voor het modereren van publicaties op sociale media kan worden opgesteld naar aanleiding van een analyse van de regels en methoden van YouTube en Facebook, de wet- en regelgeving omtrent contractvrijheid en het recht op vrijheid van meningsuiting?’*

Om deze vraag te kunnen beantwoorden zijn er vier subvragen geformuleerd: ‘

1. Welke regels en methoden hanteren de sociale media platformen YouTube en Facebook op de moderatie van publicaties vanuit het uitgangspunt van contractvrijheid?
2. Welke plichten omtrent de controle van publicaties op sociale media platformen vloeien voort uit de wet- en regelgeving?
3. Welke beperkingen op het modereren van publicaties door sociale media platformen vloeien voort uit het recht op vrijheid van meningsuiting?
4. Welke mogelijkheden zijn er in verschillende gevallen voor de sociale platformen YouTube en Facebook op het gebied van moderatie van publicaties op sociale media?’

Allereerst zal in de eerste subvraag gekeken worden naar de regels en methoden die sociale media platformen hanteren. Door middel van gebruikersvoorwaarden is er een verbintenis tussen gebruikers en de platformen. Dit zal geanalyseerd worden om een beeld te krijgen op het beleid van de platformen wanneer het gaat om moderatie van publicaties.

Bij de tweede subvraag wordt de plichten uiteengezet omtrent de controle van publicaties op sociale media platformen om zo de ondergrens van de contractvrijheid te bepalen. Hierin zal duidelijk worden hoever sociale media platformen minimaal moeten gaan om te voldoen aan de vereisten uit de wet- en regelgeving.

Vervolgens wordt er bij de derde subvraag gekeken naar het grondrecht op vrijheid van meningsuiting. Er bestaan verplichtingen tot moderatie, maar het recht op vrijheid van meningsuiting brengt tevens beperkingen met zich mee.

Tot slot wordt in de vierde subvraag gekeken naar welke mogelijkheden sociale media platformen nu precies hebben in bepaalde gevallen. In hoeverre voldoet de huidige werkwijze van Facebook en YouTube gekeken naar de in de vorige hoofdstukken geschetste kaders?

## Hoofdstuk 2 – Moderatie op YouTube en Facebook

### 2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt uiteengezet welke regels en methoden de sociale media platformen YouTube en Facebook hanteren op de moderatie van publicaties. Allereerst wordt er ingegaan op de verschillende problemen op sociale media waar deze platformen mee kampen. Vervolgens wordt er ingegaan op hoe de Europese Unie en de Nederlandse overheid met deze problematiek omgaat. Als laatst worden de regels en methoden van zowel Facebook als YouTube op het gebied van modereren behandeld.

### 2.2. Problemen op sociale media

Er wordt iedere dag enorm veel informatie gedeeld op sociale media platformen. In september 2020 had Facebook gemiddeld 2,74 miljard maandelijks actieve gebruikers.<sup>7</sup> Op YouTube zijn er twee miljard maandelijks actieve gebruikers en er wordt iedere minuut meer dan 500 uur aan content geüpload.<sup>8</sup> Sociale media kan een hele goede invloed hebben wanneer het gaat om het verspreiden van entertainment en het wordt ook veelvuldig gebruikt om bedrijven te promoten, reclame te maken en meer bekendheid te geven aan ondernemingen.

Het feit dat er enorm veel verschillende informatie wordt gedeeld op deze platformen neemt echter ook verschillende problemen met zich mee. Het wordt voornamelijk een groot probleem wanneer er ongepaste en soms zelfs gevaarlijke content wordt geüpload. Een voorbeeld hiervan zijn de aanslagen in Christchurch, Nieuw-Zeeland op 15 maart 2019. De dader bestormde die dag twee moskeeën waarbij hij met een vuurwapen 51 personen heeft vermoord. Tijdens het plegen van de aanslagen droeg de schutter een camera op zijn helm waarmee hij alle beelden livestreamde op Facebook.<sup>9</sup> Na deze gebeurtenis heeft Facebook aangegeven om meer

---

<sup>7</sup> Bijlage 1: Facebook Reports Third Quarter 2020 Results.

<sup>8</sup> YouTube Official Blog, <https://blog.youtube/press/>, (geraadpleegd op 21 januari 2021).

<sup>9</sup> S. Kester, 'Aanklager: dader aanslag Christchurch wilde nog een derde moskee aanvallen', de Volkskrant, 2019, <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/aanklager-dader-aanslag-christchurch-wilde-nog-een-derde-moskee-aanvallen~b63f1333/>.

te gaan doen om haat op het platform te voorkomen en bestrijden.<sup>10</sup> Naast terroristische content kampen de platformen Facebook en YouTube ook met gebruikers die andere gewelddadige, pornografische of racistische content posten. Tevens wordt er nepnieuws gedeeld en worden gebruikers via sociale media opgelicht door niet bestaande bedrijven.

Doordat er zoveel verschillende ongewenste content wordt geüpload zijn Facebook en YouTube gaan modereren. Op verschillende manieren worden ongepaste berichten gesignaleerd voordat ze online komen of offline gehaald nadat zij zijn geplaatst.

## 2.3. Moderatie op Facebook

### 2.3.1. Regels

Facebook heeft verschillende regels opgesteld om misbruik van het platform te voorkomen. In deze Richtlijnen voor de Community staat beschreven wat er wel en niet toegestaan is op het platform. Deze richtlijnen dienen verschillende doelen. Facebook geeft aan dat zij ervoor willen zorgen dat de inhoud op het platform echt is, dat het platform een veilige plek is, dat de privacy van gebruikers beschermd wordt en dat de waardigheid van gebruikers gerespecteerd wordt.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> 'Facebook Chief Operating Officer Sheryl Sandberg's letter to New Zealand' NZ Herald, 2019, <https://www.nzherald.co.nz/business/facebook-chief-operating-officer-sheryl-sandbergs-letter-to-new-zealand/UAPCQMTI645ICB734DKQW25FQQ/>.

<sup>11</sup> Richtlijnen voor de Community, Inleiding, <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction> (geraadpleegd op 19 april 2021).

De Richtlijnen voor de Community zijn opgedeeld in zes categorieën: geweld en crimineel gedrag, veiligheid, aanstootgevende inhoud, integriteit en authenticiteit, intellectueel eigendom respecteren en inhoudgerelateerde verzoeken en besluiten. Iedere categorie is vervolgens weer opgedeeld in subcategorieën. Geweld en crimineel gedrag is bijvoorbeeld opgedeeld in de volgende subcategorieën: geweld en aanzetten daartoe, gevaarlijke personen en organisaties en coördinerende acties om schade aan te richten en het publiceren van criminaliteit. Bij elke subcategorie staat beschreven wat voor Facebook ongewenst is. Bij de subcategorie wordt er bijvoorbeeld aangegeven dat taalgebruik dat aanzet tot ernstig geweld of dat mogelijk maakt wordt verwijderd. Tevens als er wezenlijk risico bestaat voor fysiek geweld of de openbare veiligheid rechtstreeks in gevaar komt, worden inhoud en accounts verwijderd. Om meer duidelijkheid te scheppen is er bij iedere categorie een uitleg van het beleid gevoegd. Hierin staat specifiek aangegeven welke content niet geplaatst mag worden.



Het volgende mag je niet plaatsen:

Bedreigingen die kunnen leiden tot de dood van (of andere vormen van zeer ernstig geweld tegen) en die zijn gericht op bepaalde mensen of plaatsen, waarbij de dreiging wordt gedefinieerd als een van het volgende:

- intentieverklaringen om zeer ernstig geweld te plegen; of
- oproepen tot zeer ernstig geweld, waaronder inhoud waarin geen doelwit is gespecificeerd, maar een symbool het doelwit representeert en/of een afbeelding van een wapen bevat dat geweld representeert; of
- opmerkingen waarin wordt gepleit voor zeer ernstig geweld; of
- opmerkingen waarin naar zeer ernstig geweld wordt gestreefd of waarin voorwaarden voor zeer ernstig geweld worden genoemd.

*Afbeelding 1: voorbeeld van de uitleg bij een subcategorie*

Facebook heeft door het toevoegen van een uitleg bij de subcategorieën erg duidelijk aangegeven wat zij wel en niet tolereren op het platform. Een voorbeeld waarin je goed kunt zien dat de richtlijnen enorm specifiek zijn is in de subcategorie Naaktbeelden van volwassenen en seksuele handelingen. Hier wordt onder andere de afbeelding van de volgende seksuele handeling verboden: *“het knijpen in vrouwelijke borsten, gedefinieerd als een grijpende beweging met gekromde vingers die zowel kenmerken als een duidelijke verandering van de vorm van de borsten laat zien. We staan het knijpen in de context van borstvoeding toe.”* Door expliciet iedere verboden handeling op te nemen in de richtlijnen geeft Facebook een goed inzicht in hun beleid.

### 2.3.2 Methodes

Om de stroom aan informatie te kunnen controleren en bepaalde content die geüpload wordt te kunnen verwijderen gebruikt Facebook onder andere kunstmatige intelligentie. Door middel van kunstmatige intelligentie wordt een enorm groot deel van ongewenste content gesignaleerd nog voordat deze op het platform verschijnen. Facebook geeft als voorbeeld dat er in het eerste kwartaal van 2018 alleen al 837 miljoen

spamberichten en 2.5 miljoen berichten die aanzetten tot haat voortijdig offline zijn gehaald. Tevens zijn er 583 miljoen neppe accounts weg gehaald.<sup>12</sup> Deze technologie kan echter niet alle ongewenste berichten onderscheiden en hiervoor heeft Facebook content reviewers.<sup>13</sup>

Iedere gebruiker of Facebook kan de content die zij tegenkomen rapporteren. Je krijgt dan een scherm waarin je kunt aanklikken om welke reden je het bericht rapporteert. Enkele opties die je kunt aanklikken zijn: naaktbeelden, geweld, pesterijen, terrorisme en niet-geautoriseerde verkoop. Op dit gebied komen de content reviewers van Facebook in actie. In december 2018 had Facebook al gemiddeld 15.000 content reviewers. Zij krijgen de gerapporteerde berichten te zien en oordelen vervolgens of deze content daadwerkelijk in strijd is met de Richtlijnen voor de Community. Voordat deze reviewers worden ingeschakeld worden zij eerst getraind. Facebook geeft aan dat de reviewers uitgebreide training krijgen over hoe zij hun taken uit dienen te voeren en tevens over hoe zij psychologische hulp kunnen krijgen wanneer zij zelf problemen ondervinden doordat zij dagelijks worden blootgesteld aan verschrikkelijke beelden.<sup>14</sup> In de praktijk blijkt echter dat deze hulp vaak te kortschiet. Duizenden (oud-) reviewers sleepten Facebook voor de rechter omdat zij kampen met verschillende psychische klachten, zoals posttraumatische stressstoornissen, door het werk dat zij uitvoeren. In 2020 heeft Facebook in deze zaak geschikt door maar liefst 52 miljoen dollar aan schadevergoeding te betalen aan de verschillende reviewers.<sup>15</sup>

## 2.4 Moderatie op YouTube

### 2.4.1. Regels

Ter bescherming van de community heeft ook YouTube richtlijnen opgesteld op basis waarvan zij content en/of accounts op het platform verwijderen. De community richtlijnen van YouTube verbieden spam en misleidende

---

<sup>12</sup> N. Gleicher, *Removing Bad Actors From Facebook*, 2018, <https://about.fb.com/news/2018/06/removing-bad-actors-from-facebook/>.

<sup>13</sup> E. Silver, *Hard Questions: Who Reviews Objectionable Content on Facebook — And Is the Company Doing Enough to Support Them?*, 2018, <https://about.fb.com/news/2018/07/hard-questions-content-reviewers/>.

<sup>14</sup> E. Silver, *Hard Questions: Who Reviews Objectionable Content on Facebook — And Is the Company Doing Enough to Support Them?*, 2018, <https://about.fb.com/news/2018/07/hard-questions-content-reviewers/>.

<sup>15</sup> C. Newton, *Facebook will pay \$52 million in settlement with moderators who developed PTSD on the job*, The Verge, 2020, <https://www.theverge.com/2020/5/12/21255870/facebook-content-moderator-settlement-scola-ptsd-mental-health>.

praktijken, gevoelige content, gewelddadige of gevaarlijke content en reguleren bepaalde goederen. Tevens zijn deze categorieën weer opgedeeld in subcategorieën.<sup>16</sup>

De uitleg van de richtlijnen is bij YouTube echter een stuk algemener dan de uitleg van Facebook. De richtlijnen van YouTube geven bijvoorbeeld aan dat een account wordt beëindigd als je beelden van geslachtsdelen, borsten of billen (met of zonder kleding) voor de seksuele bevrediging van de kijker plaatst.<sup>17</sup> Daar waar Facebook heel precies uitleg welke handelingen verboden zijn is dit bij YouTube een stuk onduidelijker. Beelden zijn enkel verboden wanneer zij bedoeld zijn voor de seksuele bevrediging van de kijker. Er is hier meer beslissingsruimte gecreëerd ter beoordeling of bepaalde content de richtlijnen schendt. Voor gebruikers en kijkers wordt deze beoordeling onduidelijker. Of een beeld seksueel bevredigend is voor een kijker is subjectief en hangt van verschillende factoren af.

#### 2.4.2. Methodes

Net zoals Facebook werkt YouTube ook zowel met kunstmatige intelligentie als met moderators. Echter zijn zij niet zo open en bloot over hun moderators als dat Facebook is. Er wordt enkel genoemd dat er met mensen gewerkt wordt. Verder wordt er op de website alleen heel kort ingegaan op het werk met kunstmatige intelligentie.<sup>18</sup> Nergens wordt openheid gegeven over het werk dat de moderators doen, met welke methodes de moderators werken of hoe zij worden bijgestaan in hun zware functie.

Ook YouTube heeft een functie waarbij gebruikers ongepaste content kunnen melden. Bij het beoordelen van deze meldingen worden gekeken of de content de community richtlijnen schenden en of de content ongepast is voor jeugdige kijkers. Wanneer de content de community richtlijnen schendt wordt het van het platform verwijderd. Als geoordeeld wordt dat de content ongepast is voor jeugdige kijkers, dan krijgt de content een leeftijdsbeperking.<sup>19</sup> Een voorbeeld van content die de community richtlijnen niet schendt maar wel ongepast is voor jeugdige kijkers is een video waarin volwassenen deelnemen aan gevaarlijke activiteiten die minderjarigen makkelijk kunnen imiteren, zoals omgaan met explosieven of challenges die kunnen leiden tot lichamelijk

---

<sup>16</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/9288567> (geraadpleegd op 19 april 2021).

<sup>17</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/2802002> (geraadpleegd op 19 april 2021).

<sup>18</sup> <https://www.youtube.com/intl/nl/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/#detecting-violations>.

<sup>19</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/2802027> (geraadpleegd op 19 april 2021).

letsel. Wanneer video's een leeftijdsbeperking hebben zijn deze niet zichtbaar voor kijkers die jonger zijn dan achttien jaar en kunnen deze video's niet bekeken worden op websites van derden.<sup>20</sup>

Wanneer je als gebruiker de community richtlijnen van YouTube schendt, wordt je account in beginsel niet direct verwijderd. Alvorens een account wordt verwijderd worden gebruikers een aantal keer gewaarschuwd. Wanneer een gebruiker voor de tweede keer de community richtlijnen schendt, ontvangen zij de eerste waarschuwing. Zij kunnen dan gedurende één week geen content uploaden en ook andere acties op het platform zijn voor hen niet uitvoerbaar. Wanneer een gebruiker binnen 90 dagen een tweede waarschuwing krijgt, dan kunnen zij gedurende twee weken geen content plaatsen. Wordt er binnen 90 dagen een derde waarschuwing gegeven dan wordt een account definitief verwijderd.<sup>21</sup>

Accounts kunnen overigens ook verwijderd worden zonder dat er eerst drie waarschuwingen plaatsvinden. Dit kan in het geval van ernstig misbruik en bij accounts die op beleidsschending gericht zijn.<sup>22</sup>

## 2.5. Contractvrijheid

De richtlijnen van Facebook en YouTube zijn van toepassing op de gebruikers van de platformen. Deze richtlijnen worden van toepassing verklaard in de verbintenissen die de platformen sluiten met de verschillende gebruikers. Het gaat hier simpelweg om het tot stand komen van een overeenkomst door middel van aanbod en aanvaarding zoals genoemd in art. 6:217 BW.

---

<sup>20</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/2802167> (geraadpleegd op 19 april 2021).


<sup>21</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/2802032> (geraadpleegd op 19 april 2021).

<sup>22</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/2801999> (geraadpleegd op 19 april 2021).



Op Facebook gaat een gebruiker automatisch akkoord met de voorwaarden wanneer diegene zich registreert. In afbeelding 2 is te zien hoe dit eruit ziet. Wanneer een gebruiker een account aanmaakt op het platform geven zij een akkoord op de voorwaarden van Facebook. Wanneer je vervolgens naar deze voorwaarden gaat krijg je te zien dat hieronder tevens de Richtlijnen voor de community vallen.

Bij YouTube ga je tevens direct automatisch akkoord met de voorwaarden wanneer je een account op het platform aanmaakt. Hier is het echter wat lastiger ingedeeld. Je YouTube-account is namelijk gekoppeld aan je Google-account. Op 22 juli 2019 heeft YouTube haar voorwaarden geüpdatet. Zij hebben dit toen zo ingericht dat ieder gebruiker bij het inloggen opnieuw akkoord diende te gaan met de gewijzigde voorwaarden.<sup>23</sup>



**Registreren** ✕

Je kunt dit heel snel en eenvoudig doen.

Voornaam ! Achternaam

Mobiel telefoonnummer of e-mailadres

Nieuw wachtwoord

Geboortedatum ?

25 Jan 2021

Geslacht ?

Vrouw  Man  Aangepast

Door op Registreren te klikken, ga je akkoord met onze [Voorwaarden](#). Meer informatie over hoe we je gegevens verzamelen, gebruiken en delen, vind je in ons [Gegevensbeleid](#). Meer informatie over hoe we cookies en vergelijkbare technologie gebruiken, vind je in ons [Cookiebeleid](#). We sturen je mogelijk sms-meldingen, waarvoor je je op elk moment kunt afmelden.

**Registreren**

Afbeelding 2

De Richtlijnen van de Community van Facebook en de Community richtlijnen van YouTube zijn algemene voorwaarden in de zin van art. 6:231 BW. Volgens sub a van dit artikel zijn algemene voorwaarden: *“een of meer bedingen die zijn opgesteld teneinde in een aantal overeenkomsten te worden opgenomen, met uitzondering van bedingen die de kern van de prestaties aangeven, voor zover deze laatstgenoemde bedingen duidelijk en begrijpelijk zijn geformuleerd.”* Voor het overeenkomen van algemene voorwaarden gelden geen andere eisen dan voor het tot stand komen van overeenkomsten in het algemeen. Evenals elke andere contractuele bepaling wordt een beding uit de algemene voorwaarden pas onderdeel van een overeenkomst indien het enerzijds deel uitmaakt van het aanbod en anderzijds als onderdeel van het aanbod door de wederpartij is aanvaard. Art. 6:231 sub b en c BW geven aan dat in de wet onder gebruiker van algemene voorwaarden wordt verstaan: degene die algemene voorwaarden in een overeenkomst gebruikt. In dit geval is dat dus het sociale media platform. De wederpartij is degene die door ondertekening van een geschrift of op andere wijze de gelding van algemene voorwaarden heeft aanvaard. In dit geval is dit dus degene die het sociale media platform gebruikt.

<sup>23</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> (geraadpleegd op 19 april 2021).

Het komt veelvuldig voor dat de wederpartij de algemene voorwaarden niet leest. In art. 6:232 BW is echter vastgelegd dat een wederpartij ook dan aan de algemene voorwaarden is gebonden als bij het sluiten van de overeenkomst de gebruiker begreep of moest begrijpen dat zij de inhoud daarvan niet kende. Wederpartijen kunnen zich er dus niet op beroepen dat zij de inhoud van de algemene voorwaarden niet kenden. De algemene voorwaarden blijven hierdoor in stand.

Algemene voorwaarden blijven niet in stand als zij onredelijk bezwarend zijn. De wetgever heeft in art. 6:236 BW een zwarte lijst gecreëerd met bedingen die altijd onredelijk bezwarend zijn en in art. 6:237 BW zijn bedingen opgenomen die vermoedelijk onredelijk bezwarend zijn, de grijze lijst. Deze bedingen hebben echter voornamelijk betrekking op koopovereenkomsten en bepaalde dienstverleningsovereenkomsten en zijn niet relevant voor de community richtlijnen van Facebook en YouTube.

Doordat de gebruiker van een sociale media platform en het platform een juridische band hebben op grond van overeenkomst, geldt het beginsel van contractvrijheid. Dit beginsel houdt in dat een ieder de keuze heeft om wel of niet een overeenkomst aan te gaan met wie men wil. Tevens mogen de inhoud, de werking en de voorwaarden van een overeenkomst naar eigen inzicht bepaald worden, en kunnen partijen kiezen deze wel of niet aan een vorm te binden en/of deze aan de bepalingen van een gekozen wetgeving te onderwerpen.<sup>24</sup>

Enkel gekeken naar het beginsel van contractvrijheid hebben Facebook en YouTube geheel vrij spel om door toestemming van de gebruikers te bepalen wat de inhoud is van hun algemene voorwaarden. Zij zouden zelf kunnen beslissen of zij content offline halen en welke content zij offline halen. Ook zouden zij er voor kunnen kiezen om helemaal niets te doen aan moderatie en alle content online te laten staan. Uiteraard is dit ongewenst. Het beginsel van contractvrijheid kent daardoor ook zijn beperkingen. Het is bijvoorbeeld niet toegestaan om een contract te sluiten waarin de inhoud en strekking van de afspraken in strijd zijn met de openbare orde of de goede zeden. Het sluiten van een overeenkomst mag ook niet in strijd zijn met de wet. Een dergelijke afspraak is nietig.<sup>25</sup> Onder het begrip wet in art. 3:40 BW moet worden verstaan: wetgeving in formele zin en wetgeving van een lagere wetgever doch alléén voor zover de bevoegdheid tot het uitvaardigen van een dwingende

---

<sup>24</sup> A.S. Hartkamp & C.H. Sieburgh, *Mr. C. Asser's Handleiding tot de beoefening van het Nederlands burgerlijk recht. 6. Verbintenissenrecht. Deel III. Algemeen overeenkomstenrecht*, Deventer: Kluwer 2018, paragraaf 3.1 onder 41 (geraadpleegd via [www.navigators.nl](http://www.navigators.nl)).

<sup>25</sup> Art. 3:40 Burgerlijk Wetboek.

wetsbepaling als bedoeld in lid 2 uitdrukkelijk door de formele wetgever aan de lagere wetgever is gedelegeerd.<sup>26</sup> Onder het begrip wetgeving in formele zin valt wetgeving samengesteld door de regering en de Staten-Generaal<sup>27</sup>, maar ook verdragen en besluiten van volkenrechtelijke organisaties.<sup>28</sup>

De beperkingen op het beginsel van contractvrijheid op grond van de wet leveren een onder- en bovengrens op waarbinnen sociale media platformen dienen te blijven bij het ontwikkelen van hun richtlijnen en werkwijzen.

---

<sup>26</sup> Memorie van Antwoord II, *Parlementaire Geschiedenis Boek 3*, p. 192.

<sup>27</sup> Art. 81 Grondwet.

<sup>28</sup> A.S. Hartkamp A.S. Hartkamp, *Mr. C. Assers Handleiding tot de beoefening van het Nederlands Burgerlijk Recht. 3. Vermogensrecht algemeen. Deel I. Europees recht en Nederlands vermogensrecht*, Deventer: Wolters Kluwer 2019, hoofdstuk 5 onder 195 (geraadpleegd via [www.navigators.nl](http://www.navigators.nl)).

## Hoofdstuk 3: Plichten Facebook en YouTube

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zullen de plichten van Facebook en YouTube ten aanzien van het modereren van inhoud worden besproken. Door een duidelijk kader te schetsen welke plichten voortvloeien uit de wet- en regelgeving kan er een ondergrens. Wat dienen Facebook en YouTube minimaal te doen aan regulering van inhoud om te voldoen aan de plichten uit de wet- en regelgeving? Er zal in gegaan worden op de regeling omtrent de aansprakelijkheid van sociale media platformen en recente ontwikkelingen met betrekking tot deze plichten.

### 3.2 Aansprakelijkheid sociale media platformen

In 2000 is de Richtlijn inzake elektronische handel in werking getreden. De artikelen 12, 13 en 14 vormen het kader voor de aansprakelijkheid van tussenpersonen op het internet.<sup>29</sup> Hieruit vloeit het uitgangspunt voort dat tussenpersonen in beginsel niet aansprakelijk zijn voor de content die gebruikers op de website plaatsen. Zo geeft art. 12 van de richtlijn aan dat tussenpersonen niet aansprakelijk zijn voor de inhoud bij het doorgeven van informatie, art. 13 geeft aan dat automatische, tussentijdse en tijdelijke opslag van deze informatie door de tussenpersoon tevens geen aansprakelijkheid oplevert en art. 14 regelt ditzelfde wanneer het gaat om opslag door host-diensten. Deze voorgaande artikelen van de richtlijn zijn in Nederland geïmplementeerd in art. 6:196c BW. Op grond van art. 15 van de richtlijn geldt er een verbod op het opleggen van een algemene toezichtverplichting. Dit verbod houdt in dat de lidstaten de dienstverleners geen algemene verplichting op kunnen leggen om toe te zien op de informatie die zij doorgeven of opslaan, noch om actief te zoeken naar feiten of omstandigheden die op onwettige activiteiten duiden. Het verbod op het opleggen van een algemene toezichtverplichting is als zodanig niet expliciet in Nederlandse wetgeving geïmplementeerd, maar wordt wel erkend in een uitspraak<sup>30</sup> van het Hof Leeuwarden.<sup>31</sup>

De richtlijn is echter niet gebaseerd op de huidige status van het internet. In de tijd dat de richtlijn in werking trad werkte het Nederlandse web nog met startpagina's en bestonden platformen zoals YouTube en Facebook

---

<sup>29</sup> Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (Richtlijn inzake elektronische handel), PbEG 2000, L 178/1-16.

<sup>30</sup> Hof Leeuwarden 22 mei 2012, [ECLI:NL:GHLEE:2012:BW6296](#), r.o. 8.2.

<sup>31</sup> S. Kulk, *De Aansprakelijkheid van Platforms voor Auteursrechtinbreuken*, IER 2017/62, §1.1.

nog niet. De richtlijn is dan ook gericht op deze oude situatie. Destijds werd er met de richtlijn beoogd de interne markt te bevorderen door middel van het bevorderen van de digitale infrastructuur.<sup>32</sup> Het was hierdoor bevorderlijk om ervoor te zorgen dat de online ‘doorgeefluiken’ niet aansprakelijk konden worden gesteld.

De richtlijn geeft tussenpersonen echter geen complete uitsluiting van aansprakelijkheid. Zodra tussenpersonen kennis krijgen van de onwettige inhoud dienen zij deze te verwijderen of toegang daartoe onmogelijk te maken.<sup>33</sup> Dit richt zich dus enkel en alleen op het moment dat de mediadiensten kennis krijgen van de inhoud. Zij hoeven hier niet specifiek naar op zoek te gaan volgens de richtlijn. Wel biedt de richtlijn de lidstaten de mogelijkheid om beperkingen te stellen aan de mediadiensten indien deze noodzakelijk zijn voor de bescherming van de openbare orde, de bescherming van minderjarigen, de bestrijding van het aanzetten tot haat wegens ras, geslacht, godsdienst of nationaliteit, de bestrijding van schendingen van de menselijke waardigheid ten aanzien van individuen, de bescherming van de volksgezondheid, de openbare veiligheid en consumenten.<sup>34</sup> Tevens verzetten de artikelen 12, 13 en 14 zich niet tegen een rechterlijk verbod of bevel. Een dergelijk verbod of bevel is tevens mogelijk op grond van art. 6:169c lid 5 BW.

In het arrest *Delfi v. Estland* heeft het EHRM bepaald dat het online nieuwsplatform Delfi terecht aansprakelijk was gesteld voor het niet verwijderen van beledigende reacties van bezoekers van het platform.<sup>35</sup> Uit dit arrest blijkt dat online platformen in bepaalde gevallen wél aansprakelijk gesteld kunnen worden. Hieruit blijkt dat het EHRM het er mee eens is dat de staat ingrijpt wanneer nieuwsplatformen niets doen om ‘hate speech’ tegen te gaan. Het belang van moderatie wordt ook duidelijk uiteengezet in dit arrest.<sup>36</sup> Het hof oordeelt dat de instrumenten die Delfi heeft ingezet om voor inhoudscontrole hebben gefaald. Het filtersysteem heeft de schadelijke boodschappen niet weggehaald en het notice-and-take-down-systeem heeft er niet voor gezorgd dat de inhoud tijdig offline werd gehaald. Tevens oordeelt het Hof dat Delfi op de hoogte was van het hoge aantal reacties op het artikel waardoor de beledigende content gemakkelijk te identificeren hadden moeten zijn. Daarnaast hadden de reacties een dusdanig strafbaar karakter dat men een actieve ingreep van het platform had

---

<sup>32</sup> S. Kulk, *Platformaansprakelijkheid – van ‘notice and takedown’ naar algoritmisch toezicht*, *NtER* 2020-5-6, p. 132-140.

<sup>33</sup> Art. 12, art. 13 en art. 14 Richtlijn inzake elektronische handel.

<sup>34</sup> Art. 3 Richtlijn inzake elektronische handel.

<sup>35</sup> EHRM 10 oktober 2013, 64569/09 (*Delfi AS v Estonia*).

<sup>36</sup> EHRM 10 oktober 2013, 64569/09 (*Delfi AS v Estonia*) §110.

kunnen verwachten.<sup>37</sup> Wat het hof in dit arrest echter wel aangeeft is dat Delfi aansprakelijk kan worden gesteld omdat het gaat om een professioneel nieuwsplatform op commerciële basis. Het hof benadrukt expliciet dat sociale media platformen waarbij het platform geen content plaats en dit juist door gebruikers wordt gedaan, zoals Facebook en YouTube niet onder deze aansprakelijkheid vallen.<sup>38</sup> Verhoof noemt dit onderscheid opmerkelijk doordat het commerciële karakter in andere zaken geen argument was voor het EHRM.<sup>39</sup>

Sociale media platformen zijn dus in beginsel niet aansprakelijk voor de content die gebruikers plaatsen. Zij kunnen enkel verplicht worden om content te verwijderen in het geval van een rechterlijk bevel of verbod. Dit is problematisch wanneer je kijkt naar de wenselijkheid van moderatie. Doordat sociale media platformen in beginsel niet aansprakelijk gesteld kunnen worden wordt het ontmoedigt om verantwoordelijkheid te nemen voor de content die door gebruikers geplaatst wordt. Daar waar het juist van groot belang is om internetgebruikers te beschermen tegen schadelijke inhoud zoals ‘hate speech’, racisme, kinderpornografie enzovoorts.

### 3.3 Recente ontwikkelingen

Met de komst van sociale media platformen volstaat de regelgeving vanuit de Richtlijn inzake elektronische handel niet meer. Vooral in de laatste jaren is er nieuwe Europese wetgeving ontstaan die de vrijheid van onder andere sociale media platformen inperkt.

De Europese Unie erkent de problemen op sociale media en probeert haar burgers hiervoor te beschermen. In 2018 heeft de Europese Commissie gezamenlijk met verschillende sociale media platformen de ‘EU Code of Practice on Disinformation’ opgesteld. Deze gedragscode is geheel op vrijwillige basis ontstaan en heeft het doel om desinformatie en nepnieuws tegen te gaan door onder andere transparantie te krijgen in politieke advertenties, het offline halen van nepaccounts en het ongeldig maken van verspreiders van desinformatie.<sup>40</sup> Zo verbinden de ondertekenaars zich om maatregelen in te voeren die zijn gericht op het niet aannemen van vergoedingen van, of het op enige andere wijze bevorderen van accounts en websites van derden die consistent

---

<sup>37</sup> D. Voorhoof, ‘De aansprakelijkheid van online nieuwsplatforms na Delfi’, Mediaforum 2015-6, p. 198.

<sup>38</sup> EHRM 10 oktober 2013, 64569/09 (*Delfi AS v Estonia*) §115 en §116.

<sup>39</sup> D. Voorhoof, ‘De aansprakelijkheid van online nieuwsplatforms na Delfi’, Mediaforum 2015-6, p. 201.

<sup>40</sup> <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/code-practice-disinformation/> ( geraadpleegd op 19 april 2021).

verkeerde informatie over zichzelf verstrekken. Ook verbinden de ondertekenaars van de code er zich toe te investeren in technologische middelen om in zoekopdrachten, feeds of andere automatisch gerangschikte distributiekkanalen prioriteit te geven aan relevante, authentieke en betrouwbare informatie.<sup>41</sup> Facebook en Google, waaronder YouTube onder ander valt, hebben de code ondertekend in 2018.<sup>42</sup>

Ook ter bestrijding van het aanzetten tot haat en geweld heeft de Europese Commissie in samenspraak met sociale media platformen in 2016 een gedragscode opgesteld: de ‘EU Code of conduct on countering illegal hate speech online’.<sup>43</sup> Het doel van de Code is ervoor te zorgen dat verzoeken om discriminatoire content en berichten die aanzetten tot haat of geweld te verwijderen snel worden afgehandeld. De sociale media platformen hebben toegezegd het merendeel van deze verzoeken in minder dan 24 uur te kunnen beoordelen en de inhoud indien nodig te verwijderen.<sup>44</sup>

Tevens is in 2018 een wijziging van de Richtlijn audiovisuele mediadiensten in werking getreden. Deze richtlijn richt zich onder andere op de bescherming van kinderen op sociale media platformen en het verbieden van haatzaaiende uitingen. Zo is in de richtlijn bepaald dat lidstaten ervoor moeten zorgen dat de audiovisuele mediadiensten die door onder hun bevoegdheid vallende aanbieders van mediadiensten worden aangeboden, niet aanzetten tot geweld of haat en het plegen van een terroristisch misdrijf niet uitlokken.<sup>45</sup> Minderjarigen moeten beschermd worden tegen beelden die hun lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling kunnen aantasten<sup>46</sup> en lidstaten moeten ervoor zorgen dat de mediadiensten maatregelen nemen tegen onwettige inhoud zoals het publiekelijk uitlokken van een terroristisch misdrijf, kinderpornografie en racisme en vreemdelingenhaat.<sup>47</sup> De richtlijn is in Nederland geïmplementeerd door een wijziging van de Mediawet 2008. Volgens art. 3a.3 Mediawet 2008 dienen videoplatformen een gedragscode te hebben die maatregelen

---

<sup>41</sup> EU Code of Practice on Disinformation.

<sup>42</sup> <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/code-practice-disinformation/> (geraadpleegd op 19 april 2021).

<sup>43</sup> EU Code of Conduct on countering illegal hate speech online.

<sup>44</sup> Bijlage 2: Code of Conduct on countering illegal online hate speech 2nd monitoring, p. 1.

<sup>45</sup> Art. 6 jo. art. 28ter lid 1 sub b Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (Richtlijn audiovisuele mediadiensten).

<sup>46</sup> Art. 28ter lid 1 sub a Richtlijn audiovisuele mediadiensten.

<sup>47</sup> Art. 28ter lid 1 sub c Richtlijn audiovisuele mediadiensten.

voorschrijft als bedoeld in art. 28ter van de Richtlijn. De gedragscode dient duidelijke en ondubbelzinnige doelstellingen te bevatten en te voorzien in regelmatige, transparante en onafhankelijke toezicht- en evaluatiemaatregelen ten aanzien van de mate waarin de doelstellingen worden bereikt en doeltreffende handhaving, met inbegrip van doeltreffende en evenredige sancties.

In 2020 is er een nieuw voorstel gekomen vanuit de Europees Parlement en de Raad, de Wet inzake digitale diensten. Het voorstel is gericht op het verbeteren van de mechanismen voor het verwijderen van illegale inhoud en het beschermen van grondrechten van gebruikers. Tevens leidt de wet tot meer toezicht vanuit de overheid op online platformen. Dit wordt bereikt door onder andere maatregelen tegen illegale onlinegoederen, -diensten of -inhoud, toegang voor onderzoekers tot belangrijke gegevens en garanties voor gebruikers om moderatie aan te kunnen vechten.<sup>48</sup>

In Nederland is er tot op heden nog geen specifieke regelgeving met betrekking tot de regulering van content op sociale media. De staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap gaf in 2017 aan dat het kabinet het bevorderen van mediawijsheid en een versterking van de onderzoeksjournalistiek van belang acht bij het bestrijden van nepnieuws. Tevens geeft hij aan dat hij de samenwerkingen tussen de sociale media platformen met stakeholders als universiteiten en journalisten toe juicht. Tevens gaat het kabinet actief in gesprek met platformen ter bestrijding van nepnieuws.<sup>49</sup> Op het gebied van bestrijding van ‘hate speech’ gaf de heer Grapperhaus, minister van Justitie en Veiligheid, in 2018 aan dat voor het kabinet het uitgangspunt geldt dat de online community ongepaste content zelf reguleert en controleert. Pas wanneer deze aanpak niet tot gewenste resultaten leidt, zal Europese of nationale wetgeving in overweging worden genomen.<sup>50</sup> Hieruit blijkt dat Nederland zich met name richt op het informeren van burgers en dat regulering vanuit de sociale media platformen zelf gewenst is. Er is dus geen plicht voor sociale media om de content die op het platform wordt geplaatst te modereren, maar zij worden aangemoedigd om dit te doen, binnen de grenzen van de bestaande wet- en regelgeving.

---

<sup>48</sup> [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_nl](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_nl) & Voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad betreffende een eengemaakte markt voor digitale diensten (Wet inzake digitale diensten) en tot wijziging van Richtlijn 2000/31/EG.

<sup>49</sup> *Kamerstukken II 2017/18*, 32827, 122, p. 13.

<sup>50</sup> *Kamerstukken II 2018/19*, 30950, 158, p. 5.



### 3.4 Tussenconclusie

We hebben gezien dat ondanks dat sociale media platformen niet aansprakelijk zijn voor de content die gebruikers plaatsen, zij wel verplicht zijn om zich actief in te zetten om ongewenste content offline te halen. Vanuit de nieuwere Europese regelgeving vloeien positieve verplichtingen voort ten aanzien van Facebook en YouTube. Hieruit is op te maken dat de Europese wetgever het wenselijk vindt dat er meer gedaan wordt aan het reguleren van content. Er is sprake van een maatschappelijke verantwoordelijkheid van sociale media platformen.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Zo concludeert ook W. Hins, *‘De taak van sociale media bij het bestrijden van desinformatie’*, Mediaforum 2018-6, p. 171.

## Hoofdstuk 4: Het recht op vrijheid van meningsuiting

### 4.1 Inleiding

Een scenario waarin sociale media platformen de inhoud die geplaatst wordt door gebruikers niet reguleert is onwenselijk. Daartegenover is het ook onwenselijk als de platformen te ver gaan in het modereren van de content. De moderatie mag geen inbreuk opleveren op mensen rechten. In dit hoofdstuk wordt er specifiek ingegaan op het recht op vrijheid van meningsuiting. Er wordt gekeken naar de verschillende aspecten van art. 10 EVRM die van belang zijn voor het beoordelen in welke gevallen de moderatie op sociale media platformen een inbreuk oplevert.

### 4.2 Het recht op vrijheid van meningsuiting ex art. 10 EVRM.

Art. 10 EVRM luidt als volgt:

- |   |  |
|---|--|
| 1 | Een ieder heeft recht op vrijheid van meningsuiting. Dit recht omvat de vrijheid een mening te koesteren en de vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te ontvangen of te verstrekken, zonder inmenging van enig openbaar gezag en ongeacht grenzen. Dit artikel belet Staten niet radio- omroep-, bioscoop- of televisieondernemingen te onderwerpen aan een systeem van vergunningen.  |
| 2 | Daar de uitoefening van deze vrijheden plichten en verantwoordelijkheden met zich brengt, kan zij worden onderworpen aan bepaalde formaliteiten, voorwaarden, beperkingen of sancties, die bij de wet zijn voorzien en die in een democratische samenleving noodzakelijk zijn in het belang van de nationale veiligheid, territoriale integriteit of openbare veiligheid, het voorkomen van wanordelijkheden en strafbare feiten, de bescherming van de gezondheid of de goede zeden, de bescherming van de goede naam of de rechten van anderen, om de verspreiding van vertrouwelijke mededelingen te voorkomen of om het gezag en de onpartijdigheid van de rechterlijke macht te waarborgen. |

Het eerste lid van art. 10 EVRM geeft aan welke vrijheden worden beschermd. Dit is (1) de vrijheid een mening te koesteren, (2) de vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te ontvangen en (3) de vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te verstrekken. Al deze vrijheden moeten zonder inmenging van openbaar gezag en ongeacht grenzen kunnen worden uitgeoefend. In het tweede lid van art. 10 EVRM zijn de beperkingsgronden te vinden. Hieruit blijkt dat het recht op vrijheid van meningsuiting niet absoluut is.

De vrijheid om een mening te koesteren houdt in dat overheden geen onderscheid mogen maken tussen personen die de ene of de andere mening hebben. Ook wordt het bevorderen van eenzijdige informatie door de overheid een onaanvaardbare belemmering voor de vrijheid van meningsuiting. Deze vrijheid om een mening te koesteren geniet bijna absolute bescherming. De beperkingen uit lid 2 zijn namelijk niet van toepassing op deze

vrijheid.<sup>52</sup> De vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te ontvangen omvat het recht om informatie te vergaren door middel van het kunnen raadplegen van alle mogelijke legale bronnen. Het Hof oordeelde dat deze vrijheid ook het recht om adequaat te worden geïnformeerd omvat, in het bijzonder over zaken van publiek belang.<sup>53</sup> Uit jurisprudentie van het Hof blijkt dat het recht op toegang tot informatie ook onder de vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te ontvangen valt.<sup>54</sup> De vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te verstrekken is vooral van belang in de politiek. Hierdoor worden vrije verkiezingen mogelijk gemaakt.<sup>55</sup>

Zoals eerder benoemd is een beperking van het recht op vrijheid van meningsuiting mogelijk op grond van art. 10 lid 2 EVRM. Dit recht kan alleen door de overheid beperkt worden wanneer de beperking bij wet is voorzien, de beperking een legitiem doel heeft en de beperking noodzakelijk is in een democratische samenleving.<sup>56</sup>

Bij het vereiste dat de beperking bij wet is voorzien hoeft het niet te gaan om de wet in formele zin. Ook de wet in materiële zin valt onder deze bepaling alsmede ongeschreven recht en een bevoegd gegeven bevel. De wet moet wel toegankelijk (*accessible*) en voorzienbaar (*foreseeable*) zijn. Dit wil zeggen dat de wet op juiste wijze gepubliceerd moet zijn en dat de burger van te voren met enige zekerheid moet kunnen voorspellen wanneer er beperkingen kunnen worden opgelegd.<sup>57</sup>

De beperking moet één van de legitieme doelen, genoemd in lid 2, hebben:

- in het belang van de nationale veiligheid, territoriale integriteit of openbare veiligheid;
- het voorkomen van wanordelijkheden en strafbare feiten;
- de bescherming van de gezondheid of de goede zeden;

---

<sup>52</sup> D. Bychawska-Siniarska, *Protecting the right to freedom of expression under the European Convention on Human Rights*, Council of Europe 2017, p. 13.

<sup>53</sup> D. Bychawska-Siniarska, *Protecting the right to freedom of expression under the European Convention on Human Rights*, Council of Europe 2017, p. 15.

<sup>54</sup> EHRM 25 juni 2013, 48135/06 (*Youth Initiative for Human Rights v. Serbia*) & EHRM 28 november 2013, 39534/07 (*Österreichische Vereinigung zur Erhaltung, Stärkung und Schaffung v. Austria*).

<sup>55</sup> D. Bychawska-Siniarska, *Protecting the right to freedom of expression under the European Convention on Human Rights*, Council of Europe 2017, p. 13.

<sup>56</sup> EHRM 26 april 1979, 6438/74 (*Sunday Times v. United Kingdom*).

<sup>57</sup> A.W. Hins, M. den Heijer & A.J. Nieuwenhuis, *Hoofdstukken grondrechten*, Ars Aequi 2017, p. 112.

- de bescherming van de goede naam of de rechten van anderen;
- om de verspreiding van vertrouwelijke mededelingen te voorkomen; of
- om het gezag en de onpartijdigheid van de rechterlijke macht te waarborgen.

De noodzakelijkheidstoets is het belangrijkste vereiste. In het *Handyside v. Verenigd Koninkrijk* arrest heeft het Hof bepaald dat ‘noodzakelijk’ niet zover strekt dat de beperking onontkoombaar dient te zijn, maar anderzijds niet zo soepel als toelaatbaar, gebruikelijk, nuttig, redelijk of wenselijk.<sup>58</sup> Om te beoordelen of iets noodzakelijk is voert het Hof een proportionaliteitstoets uit. De proportionaliteitstoets wordt uitgevoerd door te beoordelen of de beperkende maatregel geschikt is om het gestelde doel te bereiken. Tevens dient er geen minder ver gaande maatregel te zijn die hetzelfde doel kan bereiken. Tot slot dient het door de maatregel gediende belang op te wegen tegen de beperking.<sup>59</sup> Het tweede onderdeel van deze eis is ‘*in een democratische samenleving*’. Uit jurisprudentie komt voort dat er gekeken moet worden naar de verschillende aspecten van de democratische samenleving, en de belangen hiervan, om tot een goed oordeel te komen.<sup>60</sup>

### 4.3 Margin of appreciation

Overheden hebben een bepaalde beoordelingsvrijheid wanneer het gaat om de beperking van het recht op vrijheid van meningsuiting. Dit wordt de margin of appreciation genoemd. Hier is invulling aan gegeven in de arresten *Handyside v Verenigd Koninkrijk* en *Sunday Times v Verenigd Koninkrijk*.

De wijdte van de margin of appreciation hangt af van verschillende factoren. Deze factoren zijn onder te verdelen in drie verschillende groepen: de ‘common ground’-factor, het ‘better placed’-argument en de aard van het belang.

Bij de ‘common ground’-factor wordt er gekeken of er een Europese consensus bestaat. De verdeeldheid tussen lidstaten of juist wanneer lidstaten het ergens over eens zijn kan een grote invloed hebben op de wijdte van de margin of appreciation. Wanneer er verdeeldheid is tussen de deelstaten en er dus geen consensus bestaat geeft

---

<sup>58</sup> EHRM 7 december 1976, 5493/72 (*Handyside vs. United Kingdom*).

<sup>59</sup> A.W. Hins, M. den Heijer & A.J. Nieuwenhuis, *Hoofdstukken grondrechten*, Ars Aequi 2017, p. 112.

<sup>60</sup> EHRM 17 februari 2004, 44158/98 (*Gorzelik v. Poland*) & EHRM 25 mei 1993, 14307/88 (*Kokkinakis v. Gecece*).

het Hof een grotere margin of appreciation.<sup>61</sup> Wanneer deelstaten het er juist over eens zijn een bepaalde beperking onredelijk is, geldt er een kleine margin of appreciation.<sup>62</sup>

Het 'better placed'-argument houdt in dat een lidstaat in veel gevallen zelf het beste in staat is om te beoordelen of een beperking van het grondrecht redelijk en wenselijk is.<sup>63</sup> Hierdoor wordt er dus een grote margin of appreciation geboden aan de overheden. In het *Wingrove v. Verenigd Koninkrijk* arrest bepaalt het Hof bijvoorbeeld dat de overheid van een lidstaat zelf het beste een beoordeling kan maken wanneer het gaat om kwetsende uitingen over religie.<sup>64</sup> Ook in het arrest *Le Pen v Frankrijk* is besloten dat Frankrijk hier het beste een afweging kon maken over de redelijkheid van de beperking.<sup>65</sup>

Voor de aard van het belang moet er specifiek gekeken worden naar het belang van de beperking op het recht op vrijheid van meningsuiting. Hoe groter het belang voor de samenleving hoe kleiner de margin van appreciation. Wanneer er gebruik wordt gemaakt van de uitingsvrijheid om zaken aan de orde te brengen die betrekking hebben op het politieke debat geldt er een groter belang voor de samenleving. De margin of appreciation is hierbij dan ook klein.<sup>66</sup> De pers heeft volgens het Hof tevens een grotere bescherming tegen een beperking van het recht op de vrijheid van meningsuiting, omdat de pers de taak heeft om zaken aan het licht te brengen met betrekking tot het politieke debat.<sup>67</sup>

In hoofdstuk 2 is uitgewerkt dat sociale media platformen een steeds belangrijkere rol gaan spelen in het delen van informatie. Voor veel personen is dit zelfs een van de weinige mogelijkheden om hun mening te uiten naar een grotere groep mensen. Uit *Fatullayev/Azerbaidjan* blijkt dat publicatie op het internet volgens het Hof

---

<sup>61</sup> EHRM 25 november 1996, 17419/90 (*Wingrove v. United Kingdom*).

<sup>62</sup> EHRM 22 oktober 1981, 7527/76 (*Dudgeon v. United Kingdom*).

<sup>63</sup> J. Gerards, *EVRM: Algemene beginselen*, Den Haag: SDU uitgevers 2011, p. 200.

<sup>64</sup> EHRM 25 november 1996, 17419/90 (*Wingrove v. United Kingdom*).

<sup>65</sup> EHRM 20 april 2010, 18788/09 (*Le Pen/Frankrijk*).

<sup>66</sup> EHRM 8 juli 1986, 9815/82 (*Lingens/Austria*).

<sup>67</sup> EVRM 26 april 1979, 6438/74 (*Sunday Times v. United Kingdom*).

tenminste een even grote invloed kan hebben als bijvoorbeeld een krant.<sup>68</sup> Hieruit kan geconcludeerd worden dat er een kleine margin of appreciation is wanneer het gaat om de moderatie op sociale media.

## 4.4 Positieve verplichtingen

### 4.4.1 Positieve verplichtingen tegenover private partijen

Het recht op vrijheid van meningsuiting conform art. 10 EVRM is gericht op het verbieden van inmenging op de meningsuiting door het openbaar gezag. Het artikel geeft letterlijk aan: “zonder inmenging van enig openbaar gezag”. Dit betekent dat het in beginsel geen bescherming biedt tegen een inmenging van private partijen zoals Facebook en YouTube.

Dit betekent echter niet dat het artikel geen enkele werking heeft wanneer het gaat om de relatie tussen burgers onderling. Het EHRM heeft namelijk geconcludeerd dat uit grondrechten positieve verplichtingen kunnen voortvloeien voor de overheid. Dit houdt in dat het niet ingrijpen van de overheid wanneer een grondrecht wordt beperkt binnen een private verhouding tevens strafbaar is. Art. 1 EVRM geeft aan dat de Hoge Verdragssluitende partijen een ieder die ressorteert onder haar rechtsmacht, de rechten en vrijheden die zijn vastgesteld in de Eerste Titel van dit Verdrag moeten verzekeren. De artikelen in het de Eerste Titel zijn de artikelen 2 tot en met 18 EVRM, waaronder dus ook art. 10 EVRM. Hieruit blijkt dat de overheid zich actief dient in te zetten om de beperking van de vrijheid van meningsuiting door private partijen zoals Facebook en YouTube tegen te gaan.

Dat positieve verplichtingen inmiddels onlosmakelijk verbonden zijn met het verdrag is inmiddels vaste jurisprudentie van het EHRM.<sup>69</sup> In 2000 kwam het hof met een directe positieve verplichting met betrekking tot het recht op de vrijheid van meningsuiting in het arrest *Fuentes Bobo v. Spanje*. In dit arrest heeft het Hof aangegeven dat de overheid de vrijheid van meningsuiting moet beschermen tegen een inbreuk vanuit private partijen. In dit arrest ging het erom dat de heer Fuentes Bobo, werknemer bij een Spaans televisiebedrijf genaamd TVE, werd ontslagen nadat hij in een interview in de krant ongenoegen had uitgesproken over bepaalde acties van het management. De Spaanse rechtbank oordeelde dat er sprake was van rechtsgeldig ontslag. De Spaanse overheid verweerde zich vervolgens voor het Hof. Zij gaven aan dat er geen sprake was van een schending van het recht op de vrijheid van meningsuiting ex art. 10 EVRM en dat zij niet

---

<sup>68</sup> EHRM 22 april 2010, 40984/07 (*Fatullayev/Azerbaidjan*).

<sup>69</sup> A.W. Hins, M. den Heijer & A.J. Nieuwenhuis, *Hoofdstukken grondrechten*, Ars Aequi 2017, p. 148.

verantwoordelijk konden worden gehouden aangezien de TVE een private onderneming is. Het Hof oordeelde dat er wel sprake is van een inbreuk op de vrijheid van meningsuiting omdat de overheid de verplichting heeft om de rechten van haar onderdanen te beschermen.<sup>70</sup>

De arresten *Özgür Gündem v. Turkije* en *Dink v. Turkije* hebben tevens betekenis voor positieve verplichtingen met betrekking tot het recht op de vrijheid van meningsuiting.<sup>71</sup> Uit het arrest *Özgür Gündem v. Turkije* vloeit een positieve verplichting voort op het gebied van het recht op vrijheid van meningsuiting. Er was in Istanbul veel geweld tegen de Turkse krant *Özgür Gündem* waardoor zij uiteindelijk moesten stoppen met publiceren. De aanvallen op de krant waren zo ernstig dat journalisten vrees hadden voor hun leven. De Turkse autoriteiten deden niets om dit geweld tegen te gaan, zelfs niet op verzoek van de krant. Het Hof heeft besloten dat de overheid hiermee art. 10 EVRM heeft geschonden. Het Hof oordeelt dat de Turkse overheid in de gegeven omstandigheden niet voldaan heeft aan haar positieve verplichting om haar onderdanen te beschermen bij de uitoefening van de vrijheid van meningsuiting.<sup>72</sup> In het *Dink v. Turkije* geeft het Hof vorm aan de positieve verplichting. Het hof oordeelt dat de overheid een stimulerende omgeving moet creëren door iedereen toe te staan deel te nemen aan het openbare debat en waarin iedereen vrij van angst zijn gedachten en meningen kan uiten, zelfs als dergelijke gedachten en meningen in strijd zijn met die van de officiële autoriteiten of een aanzienlijk deel van het publiek ook als dergelijke meningen choqueren of het publiek storen.<sup>73</sup>

In het arrest *Manole* heeft het Hof bepaald dat er een positieve verplichting voortvloeit uit art. 10 EVRM wanneer het gaat om persvrijheid. De overheid moet ervoor zorgen dat het publiek via televisie en radio toegang heeft tot onpartijdige en nauwkeurige informatie die onder meer de diversiteit van de politieke opvattingen in het land weerspiegelt en ervoor zorgen dat journalisten en andere professionals werkzaam in de audiovisuele media niet worden belet deze informatie en commentaar te verstrekken.<sup>74</sup>

---

<sup>70</sup> EHRM 29 februari 2000, 39293/98 (*Fuentes Bobo/Spain*).

<sup>71</sup> A.J. Nieuwenhuis, 'Van catalogusformules en strong reasons: de ontwikkeling van de artikel 10 jurisprudentie van het EHRM van 2010 tot en met 2016 (deel I)', Mediaforum 2017-1, p. 4.

<sup>72</sup> EHRM 16 maart 2000, 23144/93 (*Özgür Gündem/Turkey*).

<sup>73</sup> EHRM 14 september 2010, 2668/07 (*Dink v. Turkey*).

<sup>74</sup> EHRM 17 september 2009, 13936/02 (*Manole/Moldova*).

Uit de voorgaande jurisprudentie blijkt dat er drie verschillende positieve verplichtingen voortvloeien uit art. 10 EVRM.<sup>75</sup> De overheid moet haar onderdanen beschermen bij de uitoefening van hun uitingsvrijheid wanneer deze bedreigd wordt door private partijen. Tevens dient de overheid een veilige omgeving te creëren zodat haar onderdanen veilig hun ideeën en meningen kunnen uiten. Ook moet ervoor gezorgd worden dat de burgers van de lidstaat toegang hebben tot onpartijdige en nauwkeurige informatie over politieke opvattingen.

De Raad van Europa spreekt in 2018 in een aanbeveling van het Comité van Ministers tevens over een positieve verplichting voor lidstaten. De aanbeveling gaat in op de positieve verplichting om het recht op vrijheid van meningsuiting te beschermen en te zorgen voor een veilige omgeving zodat een ieder kan meedoen in het publieke debat en zijn of haar mening zonder angst kan uiten. Specifiek geeft de aanbeveling aan dat deze positieve verplichting tevens inhoudt dat lidstaten individuele internetgebruikers dienen te beschermen tegen acties van private partijen.<sup>76</sup>

#### 4.4.2 Positieve verplichtingen ter bescherming van individuele internetgebruikers

De vraag is of deze positieve verplichtingen die rusten op de staat in de praktijk nu daadwerkelijk zorgen voor een bescherming van het recht op vrijheid van meningsuiting van individuele internetgebruiker. De staat kan natuurlijk niet alle inbreuken op het recht op vrijheid van meningsuiting voorkomen. Niet ieder risico op beperking dient ingedekt te worden.<sup>77</sup> Doordat de sociale media platformen Facebook en YouTube zo een groot bereik hebben kan het verwijderen van publicaties een ernstige beperking van de uitingsvrijheid opleveren. Dit is echter niet in alle gevallen direct zo. Om te beoordelen in hoeverre en in welke gevallen een internetgebruiker beschermd dient te worden zal er worden gekeken naar de jurisprudentie.

Het arrest *Appleby v. Verenigd Koninkrijk* is van belang voor deze discussie. In deze zaak wilde een groep een demonstratie houden in een winkelcentrum in het Verenigd Koninkrijk. De eigenaar van het winkelcentrum gaf hen geen toegang om dit te doen. Het Hof beoordeelt of het Verenigd Koninkrijk de positieve verplichting ter bescherming van het recht op vrijheid van meningsuiting heeft geschonden. Er wordt een afweging gemaakt

---

<sup>75</sup> Zo concludeert ook Rien Broekstra, R. Broekstra, 'Uitingsvrijheid op internet: reguleren van communicatiemachthebbers op grond van het EVRM', Mediaforum 2015-1, p. 3.

<sup>76</sup> Recommendation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers to member States on the roles and responsibilities of internet intermediaries, Preamble 6.

<sup>77</sup> EHRM 28 oktober 1998, 23452/94 (*Osman v. United Kingdom*).



tussen het recht op vrijheid van meningsuiting en het recht op eigendomsrecht van de eigenaar van het winkelcentrum. Het Hof oordeelt dat het recht op vrijheid van meningsuiting in beginsel niet het recht om privéplaatsen te betreden met zich meebrengt. Echter in het geval dat het niet kunnen betreden van privé-eigendommen met zich mee brengt dat de uitingsvrijheid niet meer effectief kan worden uitgeoefend of wanneer daardoor de essentie van het recht op vrijheid van meningsuiting wordt verstoord kan een positieve verplichting voor de staat ontstaan om eigendomsrecht in te perken. Dit was echter in dit geval niet bewezen doordat er voor de actiegroep andere mogelijkheden waren om hun mening te uiten.<sup>78</sup>

Of deze uitspraak een bescherming voor de rechten van internetgebruikers biedt valt te betwijfelen. Sociale media platformen zouden er niet al te moeilijk tegenin kunnen gaan dat het geen toegang geven van een internetgebruiker tot het platform leidt tot het niet meer effectief kunnen uitoefenen van de uitingsvrijheid door die gebruiker. Wanneer bijvoorbeeld een post van een Facebook gebruiker wordt verwijderd zijn er voor de internetgebruiker voldoende andere platformen waarop hij zijn mening kan uiten. Moderatie zal dus in beginsel niet snel leiden tot het niet meer effectief kunnen uitoefenen van de uitingsvrijheid of het verstoren van de essentie van het recht op vrijheid van meningsuiting. Van belang is hier dan ook hoe invloedrijk het platform is.

In paragraaf 4.3 hebben we tevens gezien dat er een ruimere bescherming is voor uitingen die een bijdrage leveren aan het maatschappelijke debat. Er geldt hier een kleinere margin of appreciation.<sup>79</sup> Dit blijkt uit verschillende arresten zoals *Von Hannover v. Germany*<sup>80</sup>, *Mouvement Raëlien Suisse v. Switzerland*<sup>81</sup> en *Bédat v. France*<sup>82</sup>. Er dient een verregaande vrijheid van meningsuiting toebedeeld te worden aan diegenen die de maatschappij inlichten over zaken van publiek belang en zodoende een bijdrage leveren aan het publieke debat.<sup>83</sup> Hierdoor zal er voor lidstaten eerder een positieve verplichting gelden om internetgebruikers te beschermen wanneer het gaat om een uiting die bijdraagt aan het maatschappelijke debat. Het verwijderen van dergelijke content zal hierdoor eerder in strijd zijn met het recht op vrijheid van meningsuiting.

---

<sup>78</sup> EHRM 6 mei 2003, 44306/98 (*Appleby v. United Kingdom*).

<sup>79</sup> A.W. Hins, M. den Heijer & A.J. Nieuwenhuis, *Hoofdstukken grondrechten*, Ars Aequi 2017, p. 125.

<sup>80</sup> EHRM 7 februari 2012, 40660/08 (*Von Hannover v Germany*).

<sup>81</sup> EHRM 13 juli 2012, 16354/06 (*Mouvement Raëlien Suisse v Switzerland*).

<sup>82</sup> EHRM 23 maart 2016, 56925/08 (*Bédat v France*).

<sup>83</sup> A. van Hattum, 'Facebook vs. vrijheid van meningsuiting', [www.ITenRecht.nl](http://www.ITenRecht.nl) IT 1067, p.1.

Ook in het arrest *Khurshid Mustafa v. Zweden* doet het Hof uitspraak over of er een positieve verplichting bestaat voor de staat om de vrijheid van meningsuiting van een individu te beschermen. De eiser woonde met zijn gezin in een flat waar hij een satellietantenne had geïnstalleerd. De verhuurder gaf aan dat de huurder zich niet aan het huurcontract had gehouden. De Zweedse rechtbank stelde de verhuurder in het gelijk waardoor het gezin uit de flat werd gezet.<sup>84</sup> Wat opvalt in deze uitspraak is dat het Hof niet dezelfde afweging maakt als in het voorgaande *Appleby* arrest. Er wordt voornamelijk ingegaan op de proportionaliteit. Het Hof beslist dat de maatregel tot uitzetting disproportioneel was en hierdoor in strijd met art. 10 EVRM. Wanneer het verwijderen van een post volgens de criteria van het *Khurshid Mustafa v Zweden* arrest beoordeeld zou worden zou er dus een proportionaliteitstoets plaats dienen te vinden.

#### 4.5 Tussenconclusie

Om individuele internetgebruikers te beschermen tegen moderatie van sociale media platformen dient het recht op vrijheid van meningsuiting een tegenwicht te bieden. Moderatie moet niet dusdanig ver gaan dat het de effectieve uitvoering van de uitingsvrijheid belemmert. Uit de jurisprudentie van het EHRM blijkt dat er geen duidelijke lijn voortvloeit uit de positieve verplichtingen voor lidstaten ter bescherming van het recht van vrijheid van meningsuiting van individuele internetgebruikers. Of de sociale media platformen Facebook en YouTube content mag verwijderen of ontoegankelijk maken lijkt af te hangen van de omstandigheden van het specifieke geval. Er zijn twee aspecten die met name van belang zijn:

- of er een ander platform of middel beschikbaar is om effectief informatie te verspreiden; en
- of de uiting bijdraagt aan het maatschappelijke debat.

Het recht op de vrijheid van meningsuiting zal dus enkel in bijzondere gevallen ook daadwerkelijk een tegenwicht kunnen bieden.

---

<sup>84</sup> EHRM 16 december 2008, 23883/07 (*Khurshid Mustafa & Tarzibachi v. Sweden*).

## Hoofdstuk 5:

### 5.1 Inleiding

Vanuit de vorige hoofdstukken is een kader af te leiden waarbinnen Facebook en YouTube zich moeten bevinden bij het modereren van inhoud. In dit hoofdstuk zal dit kader uiteengezet worden en zal er worden gekeken of de huidige werkwijze van de sociale media platformen zich in dit kader bevindt.

### 5.2. Kader moderatie

Vanuit Richtlijn inzake elektronische handel vloeit de verplichting voort dat sociale mediaplatformen onwettige inhoud dienen te verwijderen of de toegang tot deze inhoud onmogelijk dienen te maken zodra zij kennis krijgen van een deze inhoud. Vanuit deze verplichting dienen Facebook en YouTube dus te beschikken over systemen waardoor zij door onder andere gebruikers van het sociaal medium geïnformeerd kunnen worden over onwettige inhoud. Zij dienen er vervolgens voor te zorgen dat deze inhoud zo snel mogelijk, in ieder geval binnen een redelijke termijn, offline wordt gehaald of ontoegankelijk wordt gemaakt.

Tevens zijn zowel Facebook en YouTube akkoord gegaan met de ‘EU Code of Practice on Disinformation’. Hieruit vloeien verschillende verplichtingen voort waardoor de sociale media platformen zorg dienen te dragen voor systemen en maatregelen gericht op het verkrijgen van transparantie in politieke advertenties, het offline halen van nepaccounts en het ongeldig maken van verspreiders van desinformatie.

Op basis van de ‘EU Code of conduct on countering illegal hate speech online’ hebben Facebook en YouTube toegezegd het merendeel van de verzoeken die binnenkomen om discriminatoire content en berichten die aanzetten tot haat of geweld in minder dan 24 uur te kunnen beoordelen en de inhoud indien nodig te verwijderen. Zij zullen dus over systemen dienen te beschikken die ervoor kunnen zorgen dat zij aan dit vereiste kunnen voldoen.

Uit de wijziging van de Richtlijn audiovisuele mediadiensten en de implementatie van deze richtlijn in de Mediawet 2008 komt voort dat Facebook en YouTube verplicht zijn om te beschikken over een gedragscode die maatregelen voorschrijft zodat minderjarigen beschermd worden tegen beelden die hun lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling kunnen aantasten. Tevens dienen maatregelen zijn opgenomen tegen onwettige inhoud zoals het publiekelijk uitlokken van een terroristisch misdrijf, kinderpornografie en racisme en

vreemdelingenhaat. De gedragscode moet voorzien in toezicht- en evaluatiemaatregelen ten aanzien van de mate waarin de doelstellingen worden bereikt en doeltreffende handhaving.

Uit hoofdstuk 4 is gebleken dat het recht op vrijheid van meningsuiting gericht is op het inperken van inbreuken door de overheid. Hierdoor heeft dit recht geen grote invloed op de regels en werkwijzen van Facebook en YouTube. De vrijheid van Facebook en YouTube wordt amper beperkt. De overheid heeft wel een positieve verplichting om ervoor te zorgen dat de vrijheid van meningsuiting wordt beschermd. Uit jurisprudentie blijkt echter niet duidelijk op welke manier deze positieve verplichtingen de individuele internetgebruiker op een sociaal media platform kan beschermen.

Doordat er een maatschappelijke verantwoordelijkheid op sociale media platformen rust om schadelijke content te verwijderen en hun macht hierin vrijwel niet wordt beperkt door het recht op vrijheid van meningsuiting ligt de regulering van content volledig bij de sociale media platformen zelf. Sociale media platformen maken zelf regels over wat wel en niet toegestaan is op het platform, deze regels worden tevens door het platform uitgevoerd en beslissen zelf over hieruit voortkomende geschillen.

## 5.2 Beoordeling werkwijze platformen ten aanzien van het kader moderatie

Zowel Facebook als YouTube beschikken over systemen waardoor zij kennis kunnen krijgen van onwettige inhoud op het platform. Er is gebleken dat er op beide platformen de mogelijkheid is voor gebruikers om content te rapporteren. Hiermee wordt voldaan aan het vereiste vanuit de Richtlijn inzake elektronische handel.

Beide platformen geven aan de onwettige inhoud zo snel mogelijk te verwijderen of ontoegankelijk te maken. Facebook geeft duidelijk aan dat dit gebeurt door middel van inzet van content reviewers die de gerapporteerde berichten beoordelen. YouTube is minder transparant over de manier waarop zij inhoud beoordelen en video's eventueel verwijderen op basis van beoordeling. Er is enkel aangegeven dat er gebruik gemaakt wordt van mensen en 'machine learning'.

Uit de werkwijzen van Facebook en YouTube die gepubliceerd zijn blijkt niet op welke manier de platformen ervoor zorgen dat er voldaan wordt aan de eis vanuit de 'EU Code of conduct on countering illegal hate speech online' om berichten binnen 24 uur te kunnen beoordelen en de inhoud te verwijderen. Het is hierdoor lastig om te beoordelen of de platformen voldoen aan het vereiste.

Aan de vereisten vanuit de Richtlijn audiovisuele mediadiensten wordt voor een groot deel voldaan doordat beide platformen over een dergelijke gedragscode beschikken zoals bedoeld in de richtlijn. Facebook heeft dit weggelegd in de Richtlijnen voor de Community en YouTube heeft tevens Community richtlijnen opgesteld. Echter is er geen duidelijkheid of er voorzien in is toereikende toezicht- en evaluatiemaatregelen ten aanzien van de mate waarin de doelstellingen worden bereikt en doeltreffende handhaving. Uit deze gedragscodes blijkt wel dat de platformen voornamelijk voldoen aan de vereisten vanuit de EU Code of Practice on Disinformation. Er zijn maatregelen voor de transparantie in politieke advertenties, het offline halen van nepaccounts en het ongeldig maken van verspreiders van desinformatie.

Uit het voorgaande blijkt dat er onvoldoende transparantie is over de werkwijzen en methoden van Facebook en YouTube. Hierdoor is het enorm moeilijk om te beoordelen of zijn zich daadwerkelijk aan de regels houden vanuit de wet- en regelgeving. Duidelijk is dat de platformen maatregelen nemen vanuit de doelen van de wet- en regelgeving, maar het is onduidelijk of de platformen voldoen aan de daadwerkelijke vereisten.

## Hoofdstuk 6: Conclusie

Met de komst van sociale media platformen zoals Facebook en YouTube zijn er verschillende problemen ontstaan. Er is gevaar ontstaan dat gewelddadige, terroristische, haatzaaiende, kinderpornografische en andere onwettige of onwenselijke content online wordt gezet. De sociale media platformen zijn hierdoor de toestroom van inhoud gaan modereren. Content die niet past binnen de richtlijnen van het medium worden verwijderd. De macht die de sociale media platformen Facebook en YouTube hebben is hierdoor enorm groot op het gebied van communicatie. Zij zorgen welke informatie wel en niet online komt en/of blijft.

Het recht op vrijheid van meningsuiting is in beginsel gericht om de inperking op dit recht vanuit de overheid te reguleren. Het werkt niet door op private partijen zoals Facebook en YouTube zodat hun vrijheid amper wordt beperkt. Op basis van Europese wet- en regelgeving geldt er zelfs een verplichting om inhoud op de sociale media platformen te modereren. Facebook en YouTube zijn dus wel verplicht om maatregelen te treffen en bepaalde inhoud te verwijderen. Het recht op vrijheid van meningsuiting lijkt na een analyse van de jurisprudentie weinig tegenwicht te bieden. Doordat de verplichting tot moderatie op Facebook en YouTube rust en zij vrijwel niet beperkt worden door art. 10 EVRM vreest er een gevaar voor censuur. De vrijheid is er namelijk om ook publicaties offline te halen waar zij het zelf niet mee eens zijn, maar die wel relevant zijn voor het publieke debat, terwijl zij zich binnen de grenzen van de wet begeven. Het is überhaupt onwenselijk dat de verantwoordelijkheid voor het reguleren van content compleet bij de sociale media platformen zelf ligt. De grote macht die zij hiermee verkrijgen komt niet overeen met de trias politica. Sociale media platformen worden belast met een wetgevende, rechterlijke en uitvoerende taak.

Onduidelijk is of sociale media platformen zich aan de regels houden. Er is een probleem met transparantie. Er valt lastig te concluderen dat het probleem niet ligt bij de werkwijzen en methoden van de sociale media platformen. Wél is het wenselijk dat gevaarlijke content wordt gemodereerd en de wet- en regelgeving met betrekking op de verplichting op deze moderatie lijkt niet te ver te strekken in deze plichten. Het grotere probleem ligt erin dat de huidige werking van het recht op vrijheid van meningsuiting niet toereikend is om positieve regulering toe te staan maar negatieve censuur tegen te gaan. Het recht op vrijheid van meningsuiting zou niet enkel moeten strekken tot bescherming tegen inperking van de overheid, maar ook tegen inperkingen door sociale media platformen. We hebben immers gezien dat deze platformen groot machthebbers zijn.

Kortom is het kader voor moderatie van sociale media platformen enorm groot. Zij worden aangespoord om content te modereren en het recht op vrijheid van meningsuiting kan onvoldoende tegenwicht bieden waardoor er allerlei problemen ontstaan omtrent het gevaar van private censuur.

## Bronnen

### Literatuur

A.S. Hartkamp A.S. Hartkamp, *Mr. C. Assers Handleiding tot de beoefening van het Nederlands Burgerlijk Recht. 3. Vermogensrecht algemeen. Deel I. Europees recht en Nederlands vermogensrecht*, Deventer: Wolters Kluwer 2019.

A.S. Hartkamp & C.H. Sieburgh, *Mr. C. Asser's Handleiding tot de beoefening van het Nederlands burgerlijk recht. 6. Verbintenissenrecht. Deel III. Algemeen overeenkomstenrecht*, Deventer: Kluwer 2018.

A.W. Hins, M. den Heijer & A.J. Nieuwenhuis, *Hoofdstukken grondrechten*, Ars Aequi 2017.

G.T. de Jong, H.B. Krans & M.H. Wissink, *Verbintenissenrecht algemeen*, Deventer: Kluwer 2018.

S. Kulk, 'De Aansprakelijkheid van Platforms voor Auteursrechtinbreuken', IER 2017/62.

S. Kulk, 'Platformaansprakelijkheid – van 'notice and takedown' naar algoritmisch toezicht', NtER 2020-5-6.

### Wet- en regelgeving

Art. 3:40 van het Burgerlijk Wetboek

Artikel 8 van de Grondwet

Artikel 81 van de Grondwet

Artikel 10 van het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens

Artikel 6:196c van het Burgerlijk Wetboek

EU Code of Conduct on countering illegal hate speech online.

EU Code of Conduct on countering illegal online hate speech 2nd monitoring.

EU Code of Practice on Disinformation

*Kamerstukken II 2017/18*, 32827, 122, p. 13.

*Kamerstukken II 2018/19*, 30950, 158, p. 5.

Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (Richtlijn inzake elektronische handel).

Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (Richtlijn audiovisuele mediadiensten).

### Jurisprudentie

EHRM 7 december 1976, 5493/72 (*Handyside vs. United Kingdom*).

EHRM 26 april 1979, 6438/74 (*Sunday Times v. United Kingdom*).

EHRM 22 oktober 1981, 7527/76 (*Dudgeon v. United Kingdom*).

EHRM 8 juli 1986, 9815/82 (*Lingens/Austria*).

EHRM 25 mei 1993, 14307/88 (*Kokkinakis v. Greece*).

EHRM 25 november 1996, 17419/90 (*Wingrove v. United Kingdom*).

EHRM 28 oktober 1998, 23452/94 (*Osman v. United Kingdom*).

EHRM 29 februari 2000, 39293/98 (*Fuentes Bobo/Spain*).

EHRM 16 maart 2000, 23144/93 (*Özgür Gündem/Turkey*).

EHRM 6 mei 2003, 44306/98 (*Appleby v. United Kingdom*).

EHRM 17 februari 2004, 44158/98 (*Gorzelik v. Poland*).

EHRM 16 december 2008, 23883/07 (*Khurshid Mustafa & Tarzibachi v. Sweden*).

EHRM 17 september 2009, 13936/02 (*Manole/Moldova*).

EHRM 20 april 2010, 18788/09 (*Le Pen/Frankrijk*).

EHRM 22 april 2010, 40984/07 (*Fatullayev/Azerbaijan*).

EHRM 7 februari 2012, 40660/08 (*Von Hannover v Germany*).

EHRM 13 juli 2012, 16354/06 (*Mouvement Raëlien Suisse v Switzerland*).

EHRM 14 september 2010, 2668/07 (*Dink v. Turkey*).

EHRM 25 juni 2013, 48135/06 (*Youth Initiative for Human Rights v. Serbia*)

EHRM 28 november 2013, 39534/06 (*Österreichische Vereinigung zur Erhaltung, Stärkung und Schaffung v. Austria*).

EHRM 23 maart 2016, 56925/08 (*Bédat v France*).



Rb. Amsterdam 13 oktober 2020, ECLI:NL:RBAMS:2020:4966.

### Elektronische bronnen

A. van Hattum, '*Facebook vs. vrijheid van meningsuiting*', [www.ITenRecht.nl](http://www.ITenRecht.nl) IT 1067.

A.J. Nieuwenhuis, '*Van catalogusformules en strong reasons: de ontwikkeling van de artikel 10 jurisprudentie van het EHRM van 2010 tot en met 2016 (deel I)*', Mediaforum 2017-1.

'Bezwaren Smart Exit c.s. tegen COVID-19 beleid van Facebook afgewezen', [www.rechtspraak.nl](http://www.rechtspraak.nl) (zoek op Smart Exit).

C. Newton, '*Facebook will pay \$52 million in settlement with moderators who developed PTSD on the job*', The Verge, 2020, <https://www.theverge.com/2020/5/12/21255870/facebook-content-moderator-settlement-scola-ptsd-mental-health>.

D. Bychawska-Siniarska, '*protecting the right to freedom of expression under the European Convention on Human Rights*', Council of Europe 2017.

D. Voorhoof, '*De aansprakelijkheid van online nieuwsplatforms na Delfi*', Mediaforum 2015-6.

E. Silver, '*Hard Questions: Who Reviews Objectionable Content on Facebook — And Is the Company Doing Enough to Support Them?*', 2018, <https://about.fb.com/news/2018/07/hard-questions-content-reviewers/>.

'Experts zeggen vrije meningsuiting online wordt bedreigd door censuur op sociale media', *Epoch Times* 1 juni 2020, [www.epochtimes.nl](http://www.epochtimes.nl) (zoek op censuur sociale media).

'*Facebook Chief Operating Officer Sheryl Sandberg's letter to New Zealand*' NZ Herald, 2019, <https://www.nzherald.co.nz/business/facebook-chief-operating-officer-sheryl-sandbergs-letter-to-new-zealand/UAPCQMTI645ICB734DKQW25FQQ/>.

Google Support, <https://support.google.com/youtube/>.

S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral, 'The spread of true and false news online', *Sciencemag* 2018, [www.science.sciencemag.org](http://www.science.sciencemag.org) (zoek op spread false news).

'Nepnieuws', *Mediawijsheid*, <https://www.mediawijsheid.nl/nepnieuws/>.

N. Gleicher, *Removing Bad Actors From Facebook*, 2018, <https://about.fb.com/news/2018/06/removing-bad-actors-from-facebook/>.

Richtlijnen voor de Community, Inleiding, <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction>.

W. Hins, 'De taak van sociale media bij het bestrijden van desinformatie', *Mediaforum* 2018-6.

YouTube Official Blog, <https://blog.youtube/press/>.

YouTube Servicevoorwaarden, <https://www.youtube.com/t/terms>.

# Facebook Reports Third Quarter 2020 Results

MENLO PARK, Calif., Oct. 29, 2020 /PRNewswire/ -- Facebook, Inc. (Nasdaq: FB) today reported financial results for the quarter ended September 30, 2020.

"We had a strong quarter as people and businesses continue to rely on our services to stay connected and create economic opportunity during these tough times," said Mark Zuckerberg, Facebook founder and CEO. "We continue to make significant investments in our products and hiring in order to deliver new and meaningful experiences for our community around the world."

## Third Quarter 2020 Financial Highlights

In millions, except percentages and per share amounts	Three Months Ended September 30,		Year-over-Year % Change
	2020(1)	2019	
Revenue:			
Advertising	\$ 21,221	\$ 17,383	22%
Other	249	269	(7)%
Total revenue	21,470	17,652	22%
Total costs and expenses	13,430	10,467	28%
Income from operations	\$ 8,040	\$ 7,185	12%
Operating margin	37%	41%	
Provision for income taxes	\$ 287	\$ 1,238	(77)%
Effective tax rate	4%	17%	
Net income	\$ 7,846	\$ 6,091	29%

Diluted earnings per share (EPS)	\$	2.71	\$	2.12	28%
----------------------------------	----	------	----	------	-----

---

(1) Our third quarter 2020 effective tax rate was 4%, which reflects a one-time income tax benefit of \$913 million related to the effects of a tax election to capitalize and amortize certain research and development expenses for U.S. income tax purposes. Excluding this tax benefit, our effective tax rate would have been 11 percentage points higher and our diluted EPS would have been \$0.31 lower.

## Third Quarter 2020 Operational and Other Financial Highlights

- Facebook daily active users (DAUs) – DAUs were 1.82 billion on average for September 2020, an increase of 12% year-over-year.
- Facebook monthly active users (MAUs) – MAUs were 2.74 billion as of September 30, 2020, an increase of 12% year-over-year.
- Family daily active people (DAP) – DAP was 2.54 billion on average for September 2020, an increase of 15% year-over-year.
- Family monthly active people (MAP) – MAP was 3.21 billion as of September 30, 2020, an increase of 14% year-over-year.
- Capital expenditures – Capital expenditures, including principal payments on finance leases, were \$3.88 billion for the third quarter of 2020.
- Cash and cash equivalents and marketable securities – Cash and cash equivalents and marketable securities were \$55.62 billion as of September 30, 2020.
- Headcount – Headcount was 56,653 as of September 30, 2020, an increase of 32% year-over-year.

## CFO Outlook Commentary

As expected, in the third quarter of 2020, we saw Facebook DAUs and MAUs in the US & Canada decline slightly from the second quarter 2020 levels which were elevated due to the impact of the COVID-19 pandemic. In the fourth quarter of 2020, we expect this trend to continue and that the number of DAUs and MAUs in the US & Canada will be flat or slightly down compared to the third quarter of 2020.

We expect our fourth quarter 2020 year-over-year ad revenue growth rate to be higher than our reported third quarter 2020 rate, driven by continued strong advertiser demand during the holiday season. Additionally, Oculus Quest 2 orders have been strong which should benefit Other Revenue.

Looking ahead to 2021, we continue to face a significant amount of uncertainty.

We believe the pandemic has contributed to an acceleration in the shift of commerce from offline to online, and we experienced increasing demand for advertising as a result of this acceleration. Considering that online commerce is our largest ad vertical, a change in this trend could serve as a headwind to our 2021 ad revenue growth.

In addition, we expect more significant targeting and measurement headwinds in 2021. This includes headwinds from platform changes, notably on Apple iOS 14, as well as those from the evolving regulatory landscape.

There is also continuing uncertainty around the viability of transatlantic data transfers in light of recent European regulatory developments, and like other companies in our industry, we are closely monitoring the potential impact on our European operations as these developments progress.

We expect 2020 total expenses to be in the range of \$53-54 billion, narrowed from our prior range of \$52-55 billion.

We anticipate that our full-year 2021 total expenses will be in the range of \$68-73 billion, driven by continued investments in product development and technical talent, as well as a return to more normal levels of spend in areas like office operations and travel. However, these are preliminary estimates as we have not yet finalized our 2021 budget.

We expect 2020 capital expenditures to be approximately \$16 billion, unchanged from our prior outlook. For 2021, we anticipate capital expenditures to be in the range of \$21-23 billion, driven by investments in data centers, servers, network infrastructure, and office facilities. Our outlook includes spend that was delayed from 2020 due to the impact of the COVID-19 pandemic on our construction efforts.

We expect our fourth quarter 2020 effective tax rate to be in the mid-teens and our full-year 2021 tax rate to be in the high-teens.

## Webcast and Conference Call Information

Facebook will host a conference call to discuss the results at 3 p.m. PT / 6 p.m. ET today. The live webcast of Facebook's earnings conference call can be accessed at [investor.fb.com](https://investor.fb.com), along with the earnings press release, financial tables, and slide presentation. Facebook uses the [investor.fb.com](https://investor.fb.com) and [newsroom.fb.com](https://newsroom.fb.com) websites as well as Mark Zuckerberg's Facebook Page (<https://www.facebook.com/zuck>) as means of disclosing material non-public information and for complying with its disclosure obligations under Regulation FD.

Following the call, a replay will be available at the same website. A telephonic replay will be available for one week following the conference call at +1 (404) 537-3406 or +1 (855) 859-2056, conference ID 6245509.

Transcripts of conference calls with publishing equity research analysts held today will also be posted to

the investor.fb.com website.

## About Facebook

Founded in 2004, Facebook's mission is to give people the power to build community and bring the world closer together. People use Facebook's apps and technologies to connect with friends and family, find communities and grow businesses.

## Contacts

Investors:

Deborah Crawford

[investor@fb.com](mailto:investor@fb.com) / [investor.fb.com](http://investor.fb.com)

Press:

Ryan Moore

[press@fb.com](mailto:press@fb.com) / [newsroom.fb.com](http://newsroom.fb.com)

## Forward-Looking Statements

This press release contains forward-looking statements regarding our future business expectations. These forward-looking statements are only predictions and may differ materially from actual results due to a variety of factors including: the impact of the COVID-19 pandemic on our business and financial results; our ability to retain or increase users and engagement levels; our reliance on advertising revenue; our dependency on data signals and mobile operating systems, networks, and standards that we do not control; risks associated with new products and changes to existing products as well as other new business initiatives; our emphasis on community growth and engagement and the user experience over short-term financial results; maintaining and enhancing our brand and reputation; our ongoing privacy, safety, security, and content review efforts; competition; risks associated with government actions that could restrict access to our products or impair our ability to sell advertising in certain countries; litigation and government inquiries; privacy and regulatory concerns; risks associated with acquisitions; security breaches; and our ability to manage growth and geographically-dispersed operations. These and other potential risks and uncertainties that could cause actual results to differ from the results predicted are more fully detailed under the caption "Risk Factors" in our Quarterly Report on Form 10-Q filed with the SEC on July 31, 2020, which is available on our Investor Relations website at [investor.fb.com](http://investor.fb.com) and on the SEC website at [www.sec.gov](http://www.sec.gov).

Additional information will also be set forth in our Quarterly Report on Form 10-Q for the quarter ended September 30, 2020. In addition, please note that the date of this press release is October 29, 2020, and any forward-looking statements contained herein are based on assumptions that we believe to be reasonable as of this date. We undertake no obligation to update these statements as a result of new information or future events

## Non-GAAP Financial Measures

To supplement our condensed consolidated financial statements, which are prepared and presented in accordance with generally accepted accounting principles in the United States (GAAP), we use the following non-GAAP financial measures: revenue excluding foreign exchange effect, advertising revenue excluding foreign exchange effect and free cash flow. The presentation of these financial measures is not intended to be considered in isolation or as a substitute for, or superior to, financial information prepared and presented in accordance with GAAP. Investors are cautioned that there are material limitations associated with the use of non-GAAP financial measures as an analytical tool. In addition, these measures may be different from non-GAAP financial measures used by other companies, limiting their usefulness for comparison purposes. We compensate for these limitations by providing specific information regarding the GAAP amounts excluded from these non-GAAP financial measures.

We believe these non-GAAP financial measures provide investors with useful supplemental information about the financial performance of our business, enable comparison of financial results between periods where certain items may vary independent of business performance, and allow for greater transparency with respect to key metrics used by management in operating our business.

We exclude the following items from our non-GAAP financial measures:

Foreign exchange effect on revenue. We translated revenue for the three and nine months ended September 30, 2020 using the prior year's monthly exchange rates for our settlement or billing currencies other than the U.S. dollar, which we believe is a useful metric that facilitates comparison to our historical performance.

Purchases of property and equipment, net; Principal payments on finance leases. We subtract both net purchases of property and equipment and principal payments on finance leases in our calculation of free cash flow because we believe that these two items collectively represent the amount of property and equipment we need to procure to support our business, regardless of whether we procure such property or equipment with a finance lease. We believe that this methodology can provide useful supplemental information to help investors better understand underlying trends in our business. Free cash flow is not intended to represent our residual cash flow available for discretionary expenditures.

For more information on our non-GAAP financial measures and a reconciliation of GAAP to non-GAAP measures, please see the "Reconciliation of GAAP to Non-GAAP Results" table in this press release.

---

FACEBOOK, INC.

CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENTS OF INCOME

(In millions, except for per share amounts)

(Unaudited)

	Three Months Ended September 30,		Nine Months Ended September 30,	
	2020	2019	2020	2019
Revenue	\$ 21,470	\$ 17,652	\$ 57,893	\$ 49,615
Costs and expenses:				
Cost of revenue	4,194	3,155	11,482	9,279
Research and development	4,763	3,548	13,240	9,722
Marketing and sales	2,683	2,416	8,310	6,850
General and administrative	1,790	1,348	4,965	8,636
Total costs and expenses	13,430	10,467	37,997	34,487
Income from operations	8,040	7,185	19,896	15,128
Interest and other income, net	93	144	229	515
Income before provision for income taxes	8,133	7,329	20,125	15,643
Provision for income taxes	287	1,238	2,198	4,507
Net income	\$ 7,846	\$ 6,091	\$ 17,927	\$ 11,136
Earnings per share attributable to Class A and Class B common stockholders:				
Basic	\$ 2.75	\$ 2.13	\$ 6.29	\$ 3.90
Diluted	\$ 2.71	\$ 2.12	\$ 6.22	\$ 3.87
Weighted-average shares used to compute earnings per share attributable to Class A and Class B common stockholders:				



Basic	2,850	2,854	2,850	2,855
Diluted	2,891	2,874	2,883	2,875
Share-based compensation expense included in costs and expenses:				
Cost of revenue	\$ 116	\$ 91	\$ 327	\$ 287
Research and development	1,297	907	3,557	2,557
Marketing and sales	180	148	516	421
General and administrative	129	103	352	297
Total share-based compensation expense	\$ 1,722	\$ 1,249	\$ 4,752	\$ 3,562

FACEBOOK, INC.

CONDENSED CONSOLIDATED BALANCE SHEETS

(In millions)

(Unaudited)

	September 30, 2020	December 31, 2019
Assets		
Current assets:		
Cash and cash equivalents	\$ 11,617	\$ 19,079
Marketable securities	44,003	35,776
Accounts receivable, net of allowances of \$311 and \$206 as of September 30, 2020 and December 31, 2019, respectively	8,024	9,518

Prepaid expenses and other current assets	2,155	1,852
Total current assets	<u>65,799</u>	<u>66,225</u>
Equity investments	6,164	86
Property and equipment, net	42,291	35,323
Operating lease right-of-use assets, net	9,439	9,460
Intangible assets, net	744	894
Goodwill	19,031	18,715
Other assets	2,969	2,673
Total assets	<u>\$ 146,437</u>	<u>\$ 133,376</u>
<b>Liabilities and stockholders' equity</b>		
Current liabilities:		
Accounts payable	\$ 1,106	\$ 1,363
Partners payable	800	886
Operating lease liabilities, current	975	800
Accrued expenses and other current liabilities	8,684	11,735
Deferred revenue and deposits	379	269
Total current liabilities	<u>11,944</u>	<u>15,053</u>
Operating lease liabilities, non-current	9,641	9,524
Other liabilities	7,121	7,745
Total liabilities	<u>28,706</u>	<u>32,322</u>
Commitments and contingencies		
Stockholders' equity:		
Common stock and additional paid-in capital	48,910	45,851
Accumulated other comprehensive income (loss)	308	(489)
Retained earnings	68,513	55,692

Total stockholders' equity	117,731	101,054
Total liabilities and stockholders' equity	\$ 146,437	\$ 133,376

FACEBOOK, INC.

CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENTS OF CASH FLOWS

(In millions)

(Unaudited)

	Three Months Ended September 30,		Nine Months Ended September 30,	
	2020	2019	2020	2019
Cash flows from operating activities				
Net income	\$ 7,846	\$ 6,091	\$ 17,927	\$ 11,136
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:				
Depreciation and amortization	1,698	1,416	4,999	4,273
Share-based compensation	1,722	1,249	4,752	3,562
Deferred income taxes	(1,506)	175	(816)	358
Other	7	30	56	44
Changes in assets and liabilities:				
Accounts receivable	(377)	(328)	1,547	(264)
Prepaid expenses and other current assets	264	(360)	(89)	(527)
Other assets	6	—	(8)	66

Accounts payable	139	89	39	2
Partners payable	58	39	(100)	59
Accrued expenses and other current liabilities	(258)	457	(3,273)	6,439
Deferred revenue and deposits	112	31	111	82
Other liabilities	117	418	(438)	2,001
<b>Net cash provided by operating activities</b>	<b>9,828</b>	<b>9,307</b>	<b>24,707</b>	<b>27,231</b>
<b>Cash flows from investing activities</b>				
Purchases of property and equipment, net	(3,689)	(3,532)	(10,502)	(11,002)
Purchases of marketable securities	(14,130)	(7,397)	(28,193)	(19,152)
Sales of marketable securities	4,398	2,946	9,779	7,402
Maturities of marketable securities	2,857	2,943	10,725	7,048
Purchases of equity investments	(6,020)	—	(6,302)	(61)
Acquisitions of businesses, net of cash acquired, and purchases of				
intangible assets	(12)	(10)	(384)	(63)
Other investing activities, net	(3)	—	(9)	—
<b>Net cash used in investing activities</b>	<b>(16,599)</b>	<b>(5,050)</b>	<b>(24,886)</b>	<b>(15,828)</b>
<b>Cash flows from financing activities</b>				
Taxes paid related to net share settlement of equity awards	(1,000)	(591)	(2,444)	(1,710)
Repurchases of Class A common stock	(1,725)	(1,148)	(4,343)	(2,906)
Principal payments on finance leases	(189)	(144)	(398)	(411)
Net change in overdraft in cash pooling entities	(8)	(141)	(24)	(260)
Other financing activities, net	10	5	124	14
<b>Net cash used in financing activities</b>	<b>(2,912)</b>	<b>(2,019)</b>	<b>(7,085)</b>	<b>(5,273)</b>
Effect of exchange rate changes on cash, cash equivalents, and				
restricted cash	93	(156)	(36)	(174)

Net increase (decrease) in cash, cash equivalents, and restricted cash	(9,590)	2,082	(7,300)	5,956
Cash, cash equivalents, and restricted cash at beginning of the period	21,569	13,998	19,279	10,124
<b>Cash, cash equivalents, and restricted cash at end of the period</b>	<b>\$ 11,979</b>	<b>\$ 16,080</b>	<b>\$ 11,979</b>	<b>\$ 16,080</b>
<b>Reconciliation of cash, cash equivalents, and restricted cash to the condensed consolidated balance sheets</b>				
Cash and cash equivalents	\$ 11,617	\$ 15,979	\$ 11,617	\$ 15,979
Restricted cash, included in prepaid expenses and other current assets	222	7	222	7
Restricted cash, included in other assets	140	94	140	94
<b>Total cash, cash equivalents, and restricted cash</b>	<b>\$ 11,979</b>	<b>\$ 16,080</b>	<b>\$ 11,979</b>	<b>\$ 16,080</b>

FACEBOOK, INC.

CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENTS OF CASH FLOWS

(In millions)

(Unaudited)

Three Months Ended September 30, Nine Months Ended September 30,

	2020	2019	2020	2019
<b>Supplemental cash flow data</b>				
Cash paid for income taxes, net	\$ 1,872	\$ 832	\$ 3,122	\$ 2,528
Non-cash investing activities:				

Acquisition of businesses and other investments in

accrued expenses and other liabilities	\$	118	\$	—	\$	118	\$	—
--	----	-----	----	---	----	-----	----	---

Property and equipment in accounts payable and

accrued expenses and other liabilities	\$	2,137	\$	1,850	\$	2,137	\$	1,850
--	----	-------	----	-------	----	-------	----	-------

### Reconciliation of GAAP to Non-GAAP Results

(In millions, except percentages)(Unaudited)

Three Months Ended September 30,    Nine Months Ended September 30,

	2020	2019	2020	2019
GAAP revenue	\$ 21,470	\$ 17,652	\$ 57,893	\$ 49,615
Foreign exchange effect on 2020 revenue using 2019 rates	(114)		459	
Revenue excluding foreign exchange effect	\$ 21,356		\$ 58,352	
GAAP revenue year-over-year change %	22%		17%	
Revenue excluding foreign exchange effect year-over-year change %	21%		18%	
GAAP advertising revenue	\$ 21,221	\$ 17,383	\$ 56,981	\$ 48,919
Foreign exchange effect on 2020 advertising revenue using 2019 rates	(109)		462	
Advertising revenue excluding foreign exchange effect	\$ 21,112		\$ 57,443	
GAAP advertising revenue year-over-year change %	22%		16%	

Advertising revenue excluding foreign exchange effect								
year-over-year change %		21%		17%				
Net cash provided by operating activities	\$	9,828	\$	9,307	\$	24,707	\$	27,231
Purchases of property and equipment, net		(3,689)		(3,532)		(10,502)		(11,002)
Principal payments on finance leases		(189)		(144)		(398)		(411)
Free cash flow (1)	\$	5,950	\$	5,631	\$	13,807	\$	15,818

(1) Free cash flow in the nine months ended September 30, 2020 reflects the \$5.0 billion FTC settlement that was paid in April 2020.

View original content to download multimedia:<http://www.prnewswire.com/news-releases/facebook-reports-third-quarter-2020-results-301163373.html>

SOURCE Facebook

## Bijlage 2



European Commission - Fact Sheet

### **Code of Conduct on countering illegal online hate speech 2nd monitoring**

Brussels, 1 June 2017

[IP/17/1471](#)

#### **What is the aim of this Code of Conduct?**

Each of the IT companies (Facebook, Google, Twitter, Microsoft) that signed this Code of Conduct is committed to countering the spread of illegal hate speech online, and to having rules that ban the promotion of violence and hatred.

When they receive a request to remove content from their online platform, the IT companies will assess the request against their rules and community guidelines and, where applicable, national laws on combating racism and xenophobia. They then decide if the content can be considered as illegal online hate speech and if needs to be removed.

The aim of the Code is to make sure that requests to remove content are dealt with speedily. The companies have committed to reviewing the majority of these requests in less than 24 hours and to removing the content if necessary.

#### **What is the definition of illegal hate speech?**

Illegal hate speech is defined in [EU law](#) (Framework Decision on combating certain forms and expressions of racism and xenophobia by means of criminal law) as the public incitement to violence or hatred on the basis of certain characteristics, including race, colour, religion, descent and national or ethnic origin.

#### **Will the Code of Conduct lead to censorship?**

No. The Code of Conduct's aim is to tackle online hate speech that is already illegal. The same rules apply both online and offline. Content that is illegal in the offline should not be allowed to remain legal in the online world.

The Code's aim is also to defend the right to freedom of expression. The results of a 2016 [European survey](#) showed that 75% of those following or participating in online debates had come across episodes of abuse, threat or hate speech aimed at journalists. Nearly half of these people said that this deterred them engaging in online discussions. These results show that illegal hate speech should be effectively removed from social media, as it might limit the right to freedom of expression.

#### **Isn't it for courts to decide what is illegal?**



Yes, interpreting the law is and remains the responsibility of national courts. At the same time, IT companies have to act in line with national laws, in particular those transposing the Framework Decision on combatting racism and xenophobia and the 2000 [e-commerce Directive](#).

When they receive a valid alert about content allegedly containing illegal hate speech, the IT companies have to assess it, not only against their rules and community guidelines, but, where necessary, against applicable national law (including that implementing EU law), which fully complies with the principle of freedom of expression.

### **Should one take down ‘I hate you’?**

Not every offensive or controversial statement or content is illegal. As the European Court of Human Rights said, ‘freedom of expression ... is applicable not only to “information” or “ideas” that are favourably received or regarded as inoffensive or as a matter of indifference, but also to those that offend, shock or disturb the State or any sector of the population’.

In the Code, both the IT Companies and the European Commission also stress the need to defend the right to freedom of expression.

Assessing what could be illegal hate speech includes taking into account criteria such as the purpose and context of the expression. The expression ‘I hate you’ would not appear to qualify as illegal hate speech, unless combined with other statements about for example threat of violence and referring to race, colour, religion, descent and national or ethnic origin, among others.

### **What prevents government abuse?**

The Code of Conduct is a voluntary commitment made by Facebook, Twitter, YouTube and Microsoft. It is not a legal document and does not give governments the right to take down content.

The Code cannot be used to make these IT Companies take down content that does not count as illegal hate speech, or any type of speech that is protected by the right to freedom of expression set out in [the EU Charter of Fundamental Rights](#).

### **How did the Commission evaluate the implementation of the Code of Conduct?**

The Code of Conduct is evaluated through a monitoring exercise set up in collaboration with a network of civil society organisations located in different EU countries. Using a commonly agreed methodology, these organisations test how the IT companies applied the Code of Conduct in practice. They do this by regularly sending the four IT Companies requests to remove content from their online platforms. The organisations participating in the monitoring exercise record how their requests are handled. They record how long it takes the IT companies to assess the request, how the IT Companies' respond to the request, and the feedback they receive from the IT Companies.

MEMO/17/1472

Press contacts:

[Christian WIGAND](#) (+32 2 296 22 53)

[Melanie VOIN](#) (+ 32 2 295 86 59)

General public inquiries: [Europe Direct](#) by phone [00 800 67 89 10 11](#) or by [email](#)