

This is a postprint of

Informatie leveren tegen elke prijs? Verkenning van het recht rond web 2.0.

Hoven van Genderen, R. van den, Lodder, A.R.

Tijdschrift voor Internetrecht, 1, 4-8

Published version: no link available

Link VU-DARE: <http://hdl.handle.net/1871/47603>

(Article begins on next page)

Informatie leveren tegen elke prijs? Verkenning van het recht rond web 2.0

R. van den Hoven van Genderen
A.R. Lodder¹

Abstract

Veel gebruikers van tweede generatie internetdiensten (web 2.0) stellen diverse informatie (foto's, films, verhalen, etc.) aan een ieder ter beschikking. Hierdoor schenden zij veelal hun eigen belangen en vaak ook die van anderen. De aanbieders van deze sites (Youtube, Hyves, Flickr, LinkedIN) profiteren gretig van het enthousiasme waarmee informatie ter beschikking wordt gesteld. Als opmaat voor een te vormen NVvIR studiegroep worden in deze bijdrage enkele in het oog springende juridische kwesties besproken.

1 Inleiding

De rol van traditionele producenten van informatie (zoals uitgevers) wordt in toenemende mate overgenomen door de internetgebruikers zelf. Er worden films en foto's geupload, blogs² geschreven, hele doopcelen op eigen initiatief gelicht en dit alles doorgaans inclusief commentaar van andere gebruikers (goodies, discussie, feedback,³ etc.). De verschillende diensten worden veelal gecombineerd en geïntegreerd, zoals op sociale netwerksites als Hyves. En voor wie de informatie niet meer kan overzien is er de zoekdienst wieowie.nl die gecombineerd zoekt in Schoolbank, Flickr, LinkedIn, Youtube, Hyves, Google, etc. of diensten als Netvibes.com die gepersonaliseerde pagina's hosten met op een overzichtelijke wijze onder andere RSS-feed informatie.

Bij al deze toepassingen wordt door de gebruikers al dan niet actief waardevolle (voor marketing, persoonlijk vermaak en informatiebehoefte, etc.) informatie verstrekt zonder duidelijke tegenprestatie. Het collectief van internetgebruikers lijkt zelfs in staat om de in vele jaren zorgvuldig opgebouwde Encyclopædia Britannica door de wat minder zorgvuldig opgebouwde Wikipedia van haar voetstuk te kunnen stoten.⁴ Waarom stellen gebruikers schijnbaar vrijelijk al deze informatie ter beschikking? Op de Blog site Terra Nova (over virtuele werelden) is een van de categoriën om een bericht te kwalificeren "blatant selfpromotion", minder populair kan worden gesteld dat een identiteit wordt gecreëerd waarbij de drijfveer erkenning door anderen is.⁵

¹ Beide auteurs zijn verbonden aan het Computer/Law Institute (<http://cli.vu>). Rob van den Hoven van Genderen is tevens verbonden aan Switch Legal advocaten, Arno Lodder directeur van CEDIRE.org.

² Voor een overzicht van juridische aspecten van blogs, zie <http://www.iusmentis.com/maatschappij/juridisch/bloggen/>

³ Zoals vooral bekend van eBay, maar in het algemeen spelen consumenten reviews van dienstverleners een belangrijke rol bij aankoopbeslissingen, zie J.A. Chevalier & D. Mayzlin, 'The effect of word of mouth on sales: Online book reviews.' *Journal of Marketing Research* 43, 3 (Aug. 2006), 345–354.

⁴ Uit onderzoek verschenen in *Nature* eind 2005 bleek Wikipedia nog lichtelijk onder te doen voor Encyclopædia Britannica, maar waarschijnlijk inmiddels niet meer.

⁵ C. Aguiton & D. Cardon, 'The Strength of Weak Cooperation: an Attempt to Understand the Meaning of Web 2.0', *Communications & Strategies*, no. 65, 1st quarter 2007, p. 51-65

Deze uitleg is een mogelijke verklaring voor het feit dat internetgebruikers grote hoeveelheden informatie ter beschikking stellen zonder precies te weten wat hun rechten zijn en vooral welke rechten de beheerders van deze diensten zichzelf toemeten. In deze bijdrage zullen de op zich interessante sociologische en psychologische achtergronden en verklaringen niet verder besproken worden. Het doel van deze bijdrage is enig inzicht te geven in enkele in het oogspringende juridische kwesties. Hiertoe worden populaire aanbieders besproken in relatie tot de volgende informatieverstrekkingen:

- Informatie verstrekken over jezelf: sociale netwerksites
- 'Feitelijke' informatie: Wikipedia
- Foto en videobestanden: Youtube en Dumpert

De hierboven weergegeven lijst weerspiegelt de opbouw van de rest van deze bijdrage, maar eerst zal kort worden ingegaan op het begrip Web 2.0.

2 Web 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, ...

Toen begin jaren negentig het internet voor het algemeen publiek werd opengesteld, konden met de op zich revolutionaire Mosaic browser nog weinig informatiebronnen worden geraadpleegd, die veelal door grote aanbieders ter beschikking werden gesteld. Na 1995 kwam een omslag doordat zich steeds meer commerciële aanbieders als Amazon, CDnow, etc. op de markt gingen bewegen. Het aanbieden van informatie door vooral grote aanbieders wordt als de oervorm van het World Wide Web gezien en aangeduid met Web 1.0.⁶

Een in ieder geval juridisch gezien belangrijke ontwikkeling waarbij de gebruikers de macht in handen kregen waren de P2P netwerken zoals Napster en KaZaa. De populariteit van iTunes vindt zijn oorsprong bij deze muziekuitwisselingsdiensten. Het delen en uitwisselen van - veelal persoonlijke - informatie door gebruikers zelf is waar de term Web 2.0 voor staat. Hierdoor is iedere gebruiker in staat een uitgever (blog) of omroep te worden (Youtube). Het oude internet-ideaal van de artiest die zonder platenmaatschappij een publiek kan bereiken is gerealiseerd, zij het dat eenmaal doorgebroken (bijv. de Nederlandse Esmee Denters via Youtube) de platenmaatschappijen een artiest weer kunnen inlijven. Het idee achter Web 2.0 is dat niet alleen feitelijke informatie gelinkt wordt, maar vooral ook persoonlijke. Sociale netwerken zijn dan ook een belangrijke exponent van Web 2.0.

Een volgende stap is Web 3.0, waarbij het internet niet langer informatie zal doorgeven zonder te weten waar het over gaat, maar met kennis van zaken. Deze kennis is als meta-informatie aan internetpagina's toegevoegd. Als een internetjurist zoekt naar Martijn zal deze als eerste de recente uitspraak inzake provideraansprakelijkheid krijgen of de suggestie "Zoekt u...?". De aan internetpagina's toegevoegde informatie in combinatie met gebruikersprofielen zal tot een verbeterde informatievoorziening moeten leiden. Web 3.0 staat ook wel bekend als het Semantic Web.⁷

Nog verder in de toekomst zou Web 4.0 liggen, waarvan enkel vage contouren te ontwaren zijn:

⁶ Zie voor enkele typering van verschil 1.0 en 2.0 (lezen vs. schrijven, bedrijven vs. communities, html vs. xml, etc.) <http://joedrumgoole.com/blog/2006/05/29/web-20-vs-web-10/>.

⁷ Voor een juridische toepassing zie het project "Slim zoeken in rechtspraak" <http://best-project.nl>.

“(…)Web 4.0 (…) is really hazy (…) implies that machine intelligence has reached a point that the Internet becomes the planetary computer, a massive web of highly intelligent interactions.”⁸

3 Informatie verstrekken over jezelf: sociale netwerksites zoals Hyves, LinkedIn en Facebook

Sociale netwerksites worden op grote schaal gebruikt. Hyves heeft in Nederland meer dan 5 miljoen gebruikers (de ‘leden’, niet allemaal even actief), waaronder Jan-Peter Balkenende die in deze virtuele omgeving tienduizenden “vrienden” heeft. Saillant is dat een van zijn 65.125 Hyves-vrienden Jeroen de Kreek is. Deze vriend zat eind 2006 een paar weken vast omdat hij op een site had aangegeven dat het standrechtelijk executeren van Balkenende de beste oplossing zou zijn (voor o.a. de oorlog in Irak),⁹ een onderstreping van het motto, als dat je vrienden zijn, heb je geen vijanden meer nodig. Een groot aantal Tweede Kamer leden is ook op Hyves te vinden. Tegenwoordig lijkt de meer functioneel gerichte sociale netwerksite aan belangstelling te winnen. Hieronder wordt ingegaan op twee functioneel georiënteerde netwerk-sites, het onder internetrechtjuristen populaire LinkedIn en het regelmatig in het nieuws opduikende Facebook.

3.1 LinkedIn

LinkedIn is een netwerksite bedoeld om professionele contacten te onderhouden, beheren en verkrijgen. LinkedIn is een soort semi-openbare verzameling van CV's, veelal voorzien van foto. Dit CV dat voor iedere LinkedIn gebruiker zichtbaar is een dankbare bron voor toekomstige werkgevers, maar zoals recent bleek ook voor criminelen die LinkedIn gebruikten om zich de identiteit van een ander te kunnen aanmeten. Er worden nep-profiel-sites gebouwd waar mensen van een hun bekende een uitnodiging voor krijgen (phising). De op de nep-site ingevoerde gegevens worden vervolgens weer verhandeld. Eind 2007 kwam uit een onderzoek van de internetbeveiliging McAfee (mogelijk dus niet geheel objectief) dat 1 op de 4 mensen de kans loopt slachtoffer van identiteitsdiefstal te worden.

Een slimme manier om inschrijvers te krijgen is dat Google als zoekresultaat wel profielen van personen in LinkedIn weergeeft, maar dat de informatie op deze sites alleen toegankelijk is als je jezelf registreert (net als bij Schoolbank, anders dan bij Hyves en Facebook). Al de personen met wie je een link hebt gelegd, zijn in te zien door je eigen contacten, hoewel je ook die kan uitsluiten. Van degenen die niet direct aan je gelinkt zijn, wordt aangegeven hoe ver de handafstand (contactstappen) is met een jou wel bekend contact. LinkedIn biedt extra functionaliteiten voor betalende gebruikers, maar de meesten nemen de dienst zonder betaling af. Bij inschrijving wordt een overeenkomst gesloten tussen de gebruiker en aanbieder door akkoord te gaan met de voorwaarden. Dit geschiedt door, zoals iedereen wel heeft ervaren, het “weloverwogen” aanvinken van het

⁸ D. Farber & L. Dignan, ‘From semantic Web (3.0) to the WebOS (4.0)’, *ZDNet* 14/2/2007, <http://blogs.zdnet.com/BTL/?p=4499>

⁹ Voor een recente post van De Kreek zie Witheet.com (18/2/2008) “Balkenende gek en gevaarlijk”.

daartoe bestemde vakje. Welke rechten heeft de LinkedIn gebruiker hierdoor verkregen? Bijzonder weinig, zo blijkt. Om te beginnen is het zaak de website in de gaten te houden vanwege wat een vrij gangbare praktijk is:¹⁰

“We reserve the right to modify this Agreement at any time, and without prior notice, by posting amended terms on this website.”

Bij wijzigingen van meer dan ondergeschikte betekenis is zeer de vraag of naar Nederlands consumentenrecht een dergelijke bepaling door de beugel kan. Overigens is het zelfs zonder een eventuele toekomstige wijziging aan te raden om de daar geplaatste contact(en)informatie niet enkel daar opgeslagen te hebben, want het account kan te allen tijde zonder opgave van reden worden opgeheven:¹¹

“LinkedIn may refuse service without prior notice to any user for any or no reason.”

Bovendien:

“You agree that LinkedIn may, with or without cause, immediately terminate your LinkedIn account and access to the LinkedIn Service without prior notice.”

Ook kan de dienst veranderen in een betaaldienst:

“LinkedIn reserves the right to charge for the LinkedIn Service or any portion thereof, modify the pricing of, add to, or discontinue the LinkedIn Service or any portion thereof without prior notice.”

Voor de goede orde gaan we ervan uit dat eventuele betaling niet met terugwerkende kracht wordt verlangd, maar bovenstaande bepalingen combinerend is het denkbaar dat een account wordt afgesloten en pas weer na betaling toegankelijk wordt gemaakt. Dit zal waarschijnlijk pas gebeuren als de populariteit van de site zo groot is dat een afhaken van niet-betalers een commerciële exploitatie niet in de weg staat en de deelnemers bijna gedwongen worden om betalingsverplichtingen te accepteren omdat zij hun opgebouwde netwerk niet willen verspelen. Daar komt nog bij dat naarmate er meer door deelnemers wordt toevertrouwd de kans groter wordt dat ze bereid zijn te gaan betalen.

De voorwaarden die de aanbieder oplegt zullen in geval van een conflict naar Nederlands recht (en mogelijk zelfs naar Common Law) in het voordeel van de gebruiker worden uitgelegd. De soms wel geopperde verzachtende omstandigheid dat de dienst zonder betaling geschied is geen doorslaggevend argument nu de aanbieder wel degelijk inkomsten verkrijgt via advertenties en dergelijke (vgl. ‘normaal tegen vergoeding’ uit art. 3:15d lid 3 BW). Het verdient echter zeker aanbeveling om voordat echt in deze

¹⁰ Kanitz et al. Vs. Rogers Cable Inc., voor een bespreking zie T. Scassa & M. Deturbide, *Electronic commerce and internet law in Canada*, CCH, Toronto, 2004, p. 14-17.

¹¹ Virtuele werelden kennen dezelfde clausules, zie bijv. <http://jurel.nl> (Schuldpresumptie? Consument vogelvrij in virtuele wereld). Voorts bijv. de Terms van Facebook “may delete or remove (without notice) any Site Content or User Content in its sole discretion, for any reason or no reason.”

dienst door een afnemer geïnvesteerd wordt, na te gaan of de risico's wel opwegen tegen de voordelen. Zeker bij een actief gebruikt sociaal netwerk is een uiteindelijk na enkele jaren gewonnen procedure immers redelijk zinloos.

Behalve de beperkte en op zijn minst dubious ingeperkte rechten van de gebruikers, staat de privacy ook niet erg hoog aangeschreven:

“Any inconsistency between the LinkedIn Privacy Policy and this User Agreement, the User Agreement shall control.”

In het licht hiervan dienen gebruikers te realiseren dat zonder dat zij daar erg in hebben hun informatie aan andere sites kan worden doorgegeven. Immers, de gebruikersvoorwaarden wegen het zwaarst en de Terms kunnen ieder moment gewijzigd worden. Bijvoorbeeld kan LinkedIn zich aansluiten bij de in uitwisseling van persoonlijke informatie van netwerk-sites gespecialiseerde Dataportability.org, waar Facebook al aan gelieerd is.

3.2 Facebook

De overheid wil graag weten hoe hun onderdanen vergaat en volgens de meest vergaande complot-theorien zou Facebook directe lijnen hebben met de CIA en FBI.¹² Hoe het zij, oorspronkelijk was Facebook enkel bedoeld voor studenten, wat de enigszins wonderlijke indeling in gebruikers verklaart. Facebook is namelijk te gebruiken door 18+ en 13-18 jarigen die op college respectievelijk op high school zitten. Als je niet onder deze groep valt, dan is het gebruik van Facebook “unauthorized, unlicensed and in violation of these Terms of Use.” De 10 jarige (of 17 jarige niet-scholier) die Facebook gebruikt, schendt dus de voorwaarden die overigens niet op hem van toepassing kunnen zijn.

Op zijn minst merkwaardig is de bepaling uit de Privacy policy inzake het verzamelen van informatie:

“Facebook may also collect information about you from other sources, such as newspapers, blogs, instant messaging services”

Zoals bekend wordt in een poging op de persoon toegesneden reclame-diensten te leveren, een gebruiker regelmatig geconfronteerd met aanbiedingen waarvan de link met hemzelf niet altijd helder is. Bovenstaande clausule biedt een mogelijk verklaring. Nadat vorig jaar adverteerders bedenkingen hadden geuit over de links die gelegd werden tussen bepaalde gebruikers en hun reclame is om hieraan tegemoet gekomen het advertentieprogramma van Facebook gewijzigd.

Inzake hetgeen je *zelf* op de site plaatst, eigent Facebook zich nogal wat toe:

¹² Zie Big Brothers, Big Facebook: Your Orwellian Community
<http://www.commongroundcommonsense.org/forums/index.php?showtopic=34949> en in videovorm
http://www.youtube.com/watch?v=ZMWz3G_gPhU.

“By posting User Content (...) you automatically grant (...) to the Company an irrevocable, perpetual, non-exclusive, transferable, fully paid, worldwide license (with the right to sublicense) to use, copy, publicly perform, publicly display, reformat, translate, excerpt (in whole or in part) and distribute such User Content for any purpose, commercial, advertising, or otherwise”

Wel is het mogelijk de informatie te verwijderen, waarmee bovenstaande licentie verval, echter:

“(...) however you acknowledge that the Company may retain archived copies of your User Content.”

Deze content bestond volgens Facebook uit naam en e-mail-adres en was bedoeld om het opnieuw leven inblazen van een account te vergemakkelijken. Volstreekte onzin natuurlijk, want de gebruiker zal ongetwijfeld alleen een profiel kunnen aanmaken na het opgeven van naam en e-mailadres. Half februari werd dan ook na aandringen van bezorgde consumenten besloten een account in zijn geheel te verwijderen.¹³ Eerder al, eind vorig jaar, is door de Britse Privacy toezichthouder¹⁴ een onderzoek gestart naar Facebook. De uitkomst hiervan is nog niet bekend, maar voorzover Facebook al een legitiem doel voor haar verwerking heeft gespecificeerd is niet te verwachten dat haar verwerkingen geheel conform dit doel zijn. Ook bij deze aanbieder geldt net als bij alle sociale netwerksites hetgeen al opgemerkt is bij LinkedIn, en daarnaast dat iedere gebruiker zich goed dient af te vragen welke informatie hij precies aan wie ter beschikking stelt. Afscherming is doorgaans mogelijk tot een groep ‘vrienden’ (die dat dan ook echt moeten zijn), maar de dienstverlener kan er altijd bij en er ook mogelijk niet welgevallige bewerkingen op los laten. Bovendien is verschillende malen aangetoond dat mensen wel erg gemakkelijk ‘vrienden’ toelaten.

4 ‘Feitelijke’ informatie: Wikipedia

Op Wikipedia wordt door vrijwilligers op grote schaal feitelijke informatie geplaatst. De Nederlandse versie kent meer dan 400.000 ‘artikelen’, de Chinese bijna 500.000 en de Engelse meer dan 2 miljoen. De kwaliteit van deze informatie is verbazingwekkend goed. In lijn met het adagium “één getuige is geen getuige” verdient het niettemin aanbeveling je niet enkel op Wikipedia te verlaten. Sommige fouten zijn onschuldig en de besproken persoon zal zo hij al in staat is van de informatie kennis te nemen, er niet wakker van liggen. In de Nederlandse Wikipedia staat bijvoorbeeld:

“De hoogste FIDE-rating ooit was op 13 juni 2004 die van Garry Kasparov: 2817.”

In de Engelse versie staat de juiste informatie:

“The highest ever FIDE rating was 2851, which Garry Kasparov had on the July 1999 and January 2000 lists.”

¹³ Zie bijv. NU.nl 13/2/2008,

http://www.nu.nl/news/1434459/50/Facebook_iets_makkelijker_te_verlaten.html

¹⁴ Information Commissioner's Office, <http://www.ico.gov.uk/>

Hoewel feitelijke informatie in beginsel vrij van auteursrecht is, zijn er ongetwijfeld verschillende lemma's die het persoonlijk stempel van de maker dragen. Alle geposte content valt echter onder GNU Free Documentation License. De vraag is echter, wie is de maker? Wikipedia houdt bij welke gebruikers informatie hebben toegevoegd. Dit biedt zekere mogelijkheden, te meer als IP-adressen te traceren zijn. Van alle gebruikers die niet inloggen, wordt in de wijzigingshistorie van een lemma het IP-adres vermeld. Zo kwam de "aanpassing" door Mabel en Friso in de "Bruinsma"-soap aan het licht. Een niet erg handige actie, maar principieel kun je je afvragen: Waarom zou de precieze formulering van een onderzoekscommissie zwaarder moeten wegen dan dat van een zeker individu? Meer algemeen, wat kun je tegen onjuiste informatie doen? Of anders, in veel gevallen bestaat er niet één waarheid. Voor de hand zou liggen in dergelijke gevallen meerdere perspectieven te presenteren, maar de praktijk leert dat het democratisch beslissen over de invulling van een lemma doorgaans minder rekening houdt met minderheidsstandpunten. Soms ten onrechte, waardoor in voorkomende gevallen geschillenoplossing mogelijk uitkomst zou kunnen bieden. Maar dan kom je weer in de richting van het traditionele redactieinstituut.

Ernstiger zijn de opgefraaide beschrijvingen van personen en bedrijven door auteurs die hier (financieel) belang bij hebben. Hiermee is naar de geest niet aan het transparantie vereiste van de Richtlijn elektronische handel 2000/31/EG voldaan (vgl. artikel 3:15e BW), wat inhoudt dat van informatie op internet duidelijk moet zijn van wie die afkomstig is met het oog op een juiste beoordeling ervan. Een stukje over Microsoft van Bill Gates (+) of Linus Torvald (-) leest toch anders dan van een onafhankelijke auteur (+-). Wanneer je weet van wie de informatie afkomstig is, kun je daar rekening mee houden. Dit is in Wikipedia niet altijd (zelden) voldoende helder, omdat anonieme posts mogelijk zijn en ook bij namen van personen hun links met het betreffende lemma niet altijd duidelijk is. De Richtlijn ging echter uit van web 1.0 en voorziet in haar bepalingen niet of hooguit moeizaam in de regulering van complexere vormen van elektronische handel zoals in geval van web 2.0 diensten of bijvoorbeeld Marktplaats.nl. Bij marktplaats leidt dit tot onvolledige informatieverstrekkingen door dienstverleners.

De bestaande regelgeving is vanwege gebrek aan handhaving niet erg effectief. Handhaving van de informatieplichten door FIOD/ECD (op grond van de WED) heeft bij ons weten nog nooit plaatsgevonden, hoewel hier gezien de regelmatig verschijnende berichten over grootschalige schending voldoende aanleiding voor is.¹⁵ Voordat aangepaste regelgeving zou worden overwogen moet worden nagedacht over een realistische handhaving. Goed denkbaar is grotendeels geautomatiseerde afwikkeling (vgl. Wet Mulder bij verkeersovertredingen). Zo zou na melding een automatische boete kunnen worden opgelegd waar als positieve spin-off aan verbonden zou kunnen worden dat die vervalft als binnen een maand herstelt wordt (want dat is uiteindelijk de bedoeling, goede informatievoorziening).

¹⁵ Meeste webwinkels voldoen niet aan EU-wetgeving, *Emerce* 7 juni 2006.

5 Foto en videobestanden: Youtube en Dumpert

Bij LinkedIn en Facebook gaat het om informatie over jezelf en bij Wikipedia om algemene informatie. Bij sites met foto- en videobestanden gaat het primair om rechten van anderen (auteursrecht, privacy), hoewel ook hier vergelijkbare inmengingen in de persoonlijke levenssfeer van de uploader spelen. Foto en video “community sites” combineren email en andere dienstverlening met uitwisseling van persoonsgegevens zoals ImageShack (fotosharing), Heavy.com (videosharing), Flickr (fotosharing). Gmail nodigt uit om toch ook vooral je foto’s op te slaan op de Google server waarbij je nog nadrukkelijker wordt uitgenodigd om die foto’s vooral te delen met anderen. Hier worden weer allerlei advertenties op gebaseerd die ook met de g-mails kunnen worden verzonden of gewoon op je (gedeelde) fotosite verschijnen, natuurlijk gebaseerd op het geselecteerde profiel van de gebruiker. Zoals Google stelt in een zogenaamde “privacy mededeling”:

- Uw berichten, contactpersonen en andere gegevens met betrekking tot uw account worden door Gmail opgeslagen, verwerkt en bewaard om de dienst aan u te kunnen verlenen.
- Wanneer u gebruikmaakt van Gmail, slaan de servers van Google automatisch bepaalde informatie over uw gebruik van Gmail op. Net als andere webdiensten slaat Google informatie op over activiteiten die via het desbetreffende account plaatsvinden (bijv. hoeveel geheugenruimte u gebruikt, hoe vaak u inlogt), getoonde of aangeklikte gegevens (zoals UI-elementen, advertenties, links), en andere log-informatie (zoals browsertype, IP-adres, toegangsdatum en -tijd, cookie-ID en doorverwijzings-URL).

Veel gebruikers nemen dergelijke overdadige registratie van informatie voor lief in ruil voor de geleverde dienst: “voor wat hoort wat.” Maar met betrekking tot de op foto of film vastgelegde personen spelen andere kwesties.

Vrij extreem is de onder de paraplu van Geenstijl opererende Dumpert.nl. Het lijkt of deze site geen gebruiksvoorwaarden of privacy reglement kent, althans na herhaald rondbrowsen op deze site hebben we deze nog niet kunnen ontwaren. Er zijn echter indringende beeldverslagen te vinden. Enige maanden terug bijvoorbeeld een meisje dat huilend haar vader mobiel belde dat ze zo stom was geweest (ze had geblowd) en een aantal keer bijna haar telefoon onder kotste. Niet direct de momenten waar je op een later tijdstip nog eens mee geconfronteerd wil worden door bijvoorbeeld je toekomstige baas. Of neem het filmpje van 16 februari 2008 getiteld “Gekke man gaat los in Metro calandlijn” dat gaat over “Zit je gewoon rustig in de metro gaat er opeens iemand los op zijn hardcore.” Wat kun je hier tegen doen? De uiteraard ludiek bedoelde voorwaarden van moederbedrijf Geenstijl zijn weinig hoopgevend:

Tot slot

De huisregels kunnen op ieder moment naar goedgevonden van de Redactie ter plekke aangepast worden. Beroepen op de regels is derhalve zinloos, wij hebben altijd gelijk.

Het probleem van dit soort filmpjes en in iets mindere mate van foto’s - sites van het kaliber fotovanmijnex.nl even daargelaten - is niet alleen de directe ‘schade’ maar ook dat digitale sporen jaren later nog op internet terug te vinden kunnen zijn, het geheugen

van internet is immers eindeloos.... Dat is bij door jezelf geplaatste informatie vervelend, maar voor op internet geplaatste informatie waar je geen medewerking aan verleend hebt is dit des te vervelender te meer daar je er lang niet altijd weet van hebt dat deze informatie bestaat. Eigenlijk zou het aan (toekomstige) werkgevers niet mogen worden toegestaan gebruik te maken van andere, dan door de betrokkene beschikbaar gestelde informatie. In de praktijk is dit uitgangspunt echter onhoudbaar. Wel zou de betrokkene een actie moeten kunnen starten (OD) als het duidelijk is dat dit wel is gebeurd en er schade is vastgesteld. Nog daargelaten of mensen daar toe in staat zijn, is niet altijd duidelijk of een ander de informatie heeft geplaatst en of deze überhaupt wel juist is. Ook de recente richtlijnen van het Cbp bieden weinig soelaas.¹⁶ Op een weinig geïnspireerde wijze (niet erg toegesneden, veel algemeen kader) worden internetgebruikers door het Cbp voorgelicht over de gevaren van op internet beschikbaar gestelde informatie.

Bekend verschijnsel is dat ruchtbaarheid vaak averechts werkt. Een door vrijwel niemand opgemerkt filmpje of foto krijgt pas impact als er een zaak over gestart wordt. Hier werkt rechtstreekse communicatie vaak het beste, zoals recentelijk bij een verzoek van iemand die in een oude voor hem vervelende rechtszaak met naam en toenaam genoemd werd. Bij intikken in Google van zijn naam verscheen deze zaak als eerste treffer. Doordat deze persoon de redactie van de jurisprudentiebundel benaderde, was de informatie binnen een week volledig uit Google verdwenen. Dit voorbeeld geeft aan dat zolang de naam van een persoon niet bij een film of foto genoemd wordt, de kans van herkenning afneemt. Uitgesloten is het uiteraard nooit.

Een ander punt is begin februari 2008 aangeroerd door Harm Brouwer van het OM die sprak over de gevaren van wat hij noemde de Youtubisering van het strafrecht. Hij doelde daarmee niet op initiatieven zoals de nagespeelde overval die in december 2007 door het korps Rotterdam-Rijnmond op Youtube werd geplaatst, maar foto's van winkeldieven of filmpjes van criminele activiteiten door burgers, al dan niet op heterdaad 'gevangen'. Ook hier kunnen digitale sporen een klein vergrijp lang kenbaar houden, maar ook anderszins is de vraag of dergelijke enthousiaste burgermanszin niet meer kwaad dan goed doet. Het zal niet de eerste keer zijn dat een vermeende pedofiel gelynched wordt en naderhand voor een ander blijkt te zijn aangezien. Burgers gaan wat onvoorzichtig om met het beginsel *presumptio innocentia*. Zo onderging Johan uit Drachten recentelijk nog de pijnlijke gevolgen voor Joran (van der Sloot) te worden aangezien.

6 Slot en vervolg: NVvIR studiecommissie Recht en web 2.0

Tot zover deze korte verkenning die vooral bedoeld is te informeren en interesse te wekken voor het recht rond web 2.0. Uiteraard zijn er meer onderwerpen dan persoonlijke informatie, feitelijke informatie en beeld- en geluidinformatie en spelen ook andere juridische kwesties. De hier gegeven aanzet willen we dan ook graag een passend vervolg geven via de door ons voorgezeten NVvIR studiecommissie Recht en Web 2.0.

¹⁶

http://cbpweb.nl/downloads_rs/rs_20071211_persoonsgegevens_op_internet_definitief.pdf?refer=true&the_me=purple

Een ieder die zelf dieper op de hier besproken of verwante materie wil ingaan om zitting te nemen in deze studiecommissie.¹⁷ De resultaten zullen eind dit jaar in boekvorm (en/of mogelijk andere vorm) verschijnen en het onderwerp vormen van de eind 2008 te houden najaarsvergadering 2008 van de NVvIR.

¹⁷ Onze email-adressen zijn eenvoudig op internet te vinden.