

# Sökmotorernas juridik

*Föreläsning vid Ingenjörsvetenskapsakademiens seminarium om sökmotorer*

**2004-09-01**

**Nicklas Lundblad**

{nicklas@skriver.nu}

St Anna Research Institute

# Sökmotorernas juridik

## Inledning

Sökmotorer är ett välkänt inslag i informationssamhället i dag. Det finns knappast någon som använder Internet som inte känner till olika sökmotorer som Google, Yahoo, MSN m.fl. De flesta känner också till att det finns olika typer av sökmotorer: allmänna sökmotorer<sup>1</sup>, prisjämförelseverktyg<sup>2</sup>, bildsökning<sup>3</sup>, artikeldatabaser<sup>4</sup>, newssökmotorer, blogsökmotorer<sup>5</sup> formatorienterade sökmotorer<sup>6</sup> m.m. Sökmotorerna utvecklas hela tiden, både utifrån domän (det sökta materialet) och metod (sökteknik). Bland utvecklingslinjerna märks särskilda tekniker för att kunna ställa frågor i naturliga språk till söktjänster.<sup>7</sup>

## Är sökmotorer rättsligt möjliga?

### Inledning

Det är värt besväret att undersöka vilken rättslig situation söktjänsterna befinner sig i. Antag att en rättsvetare i dag fick ett uppdrag som bestod i att bedöma lagligheten av en tjänst som Google – vilka aspekter skulle då denne peka på som problematiska? Det finns åtminstone tre olika frågor som förmodligen skulle beröras: integritetsrätten, immaterialrätten och yttrandefrihetsrätten.

### Integritetsrättsliga aspekter

Sökmotorer är i dag en av de absolut mest kraftfulla möjligheterna för att kartlägga andra människor. Genom att söka på personnamn på Google och andra sökmotorer går det att skapa sig en god bild av människor på ett sätt som saknar motstycke i historien. Men är det lagligt? Den frågan består i själva verket av flera olika delfrågor.

Den första delfrågan är om det är tillåtet att som Google samla in information som rör personer och göra denna information sökbar. För att besvara den frågan måste vi bestämma vad denna informationsinsamling faktiskt består i ur ett rättsligt perspektiv.

---

<sup>1</sup> Exvis. Google.com, AltaVista.com m.fl.

<sup>2</sup> Exvis. Kelkoo.com, Pricerunner.com m.fl.

<sup>3</sup> Exvis. Picsearch.com.

<sup>4</sup> Exvis. Ssrn.com, news.google.com m.fl.

<sup>5</sup> Exvis. Bloogz.com m.fl.

<sup>6</sup> Exvis. searchpdf.adobe.com

<sup>7</sup> "From factoids to facts" The Economist 2004-08-26  
([http://www.economist.com/science/displayStory.cfm?story\\_id=3127462](http://www.economist.com/science/displayStory.cfm?story_id=3127462))

Personuppgiftslagen utgår från begreppet ”behandling” av personuppgifter och det framstår som klart att insamling av personuppgifter är just behandling:<sup>8</sup>

Behandling (av personuppgifter): Varje åtgärd eller serie av åtgärder som vidtas i fråga om personuppgifter, vare sig det sker på automatisk väg eller inte, t.ex. insamling, registrering, organisering, lagring, bearbetning eller ändring, återvinning, inhämtande, användning, utlämnande genom översändande, spridning eller annat tillhandahållande av uppgifter, sammanställning eller samkörning, blockering, utplåning eller förstöring.

Att sökmotorernas indexering därmed bör anses vara behandling av personuppgifter, och att den enskilde personens som söker också får anses behandla personuppgifter får anses som uppenbart.

Därmed är det också uppenbart att insamlingen av personuppgifter lyder under alla personuppgiftslagens regler om samtycke, säkerhet, registerutdrag m.m. Sökmotorerna är av det skälet skyldiga att respektera alla de bestämmelser som återfinns i personuppgiftslagen.

Frågan blir då om det finns några regler som gör det möjligt att undanta sökmotorerna från denna strikta regim. Den möjlighet som finns är den så kallade slaskratten i 10 § p f). Behandlingen skall då gälla ett:

[...] ändamål som rör ett berättigat intresse hos den personuppgiftsansvarige eller hos en sådan tredje man till vilken personuppgifterna lämnas ut skall kunna tillgodose, om detta intresse väger tyngre än den registrerades intresse av skydd mot kränkning av den personliga integriteten.

Det är långt ifrån uppenbart att sökmotorerna skulle kunna komma undan genom att hänvisa till denna paragraf. I och med att de personer vars personuppgifter samlas in genom Google m.fl. inte samlas in efter medgivande, eller med angivande av ändamål eller ens för viss tid, får sökmotorer annars anses vara omöjliga, ur en strikt rättslig analys.

### **Immaterialrättsliga aspekter**

Även immaterialrättsligt finns det en hel del olika frågor som sökmotorerna – om de infördes i dag – skulle behöva lösa tillfredsställande. För det första skulle sökmotorerna behöva visa klart och tydligt att de inte trädde någons ekonomiska upphovsrätt för när i och med den indexering av webbsidor som sker. Westman & Lindberg har hävdat att de korta utdrag från webbsidor som ingår som en del i presentationen av sökresultaten skulle kunna rymmas under citatundantaget, men det är långt ifrån klart hur den praktiska cache-lagring som många sökmotorer erbjuder skulle kunna rättfärdigas.<sup>9</sup>

I de fall det gäller bilder och kopior av dessa är det än mer tveksamt om den nedskalade kvaliteten skulle kunna innebära att citaträtten är applicerbar. I de fall en sökmotor indexerar en hel databas kan slutresultatet även innebära intrång i det *sui generis*-skydd som databaser åtnjuter i 49 § URL.

---

<sup>8</sup> Personuppgiftslagen (1998:204) 2§

<sup>9</sup> Westman, D & Lindberg, A Praktisk IT-rätt s XX

## Yttrandefrihetsrättsliga aspekter

Till sist kan konstateras också att det även finns en del aspekter som rör yttrandefrihet och yttrandeansvar som skulle kunna vara problematiska för sökmotorer. Det är till exempel inte uteslutet att en sökmotor kan anses vara sådan tjänst som avses i lagen (1998:112) om elektroniska anslagstavlor:<sup>10</sup>

Denna lag gäller elektroniska anslagstavlor. Med elektronisk anslagstavla avses i denna lag en tjänst för elektronisk förmedling av meddelanden.

Och i så fall har företaget som tillhandahåller tjänsten en uppsiktsplikt som gäller sökmotorns innehåll (4 §). Nu kan det medges att det synes vara ganska otroligt att Google exempelvis skulle anses vara en elektronisk anslagstavla i lagens mening, men om söktjänsterna infördes i dag skulle åtminstone frågan behöva ställas.

## Slutsatser

I dag vet vi att sökmotorer finns och att de fungerar. Men det kan – mot bakgrund av det ovan sagda – inte uteslutas att de aldrig skulle tillkommit om någon först rådförat en jurist. Ovan har jag inte ens berört de omfattande och intressanta jurisdiktionsfrågorna. Främst för att de helt enkelt är för svåra att enkelt redogöra för.

Sökmotorernas verksamhet är kontroversiell i en mängd avseenden; integritetsrättsligt, immaterialrättsligt och yttrandefrihetsrättsligt reser söktjänsterna en mängd mycket komplicerade frågor som endast kan ignoreras på grund av den extrema nytta som sökmotorerna skapar. Nästa steg i en rättslig undersökning måste därför bli att fråga var i denna nytta faktiskt består.

## Vad producerar sökmotorer?

### En gemensam referensram

Sökmotorer producerar främst en gemensam referensram. Det är inte en slumpmässig händelse att vi snabbt uppfunnit nya begrepp för att söka som just utgår från den mest populära sökmotorn: att googla är en handling som svetsar samman gruppen i och med att det i den enorma informationsmängd som finns i världen skapas en ordning, en struktur, som vi kan dela.

Det är också häri mycket av sökmotorns värde ligger. Ju fler som använder den, desto mer värdefull blir den. Här kan vi se nätverkseffekter av samma slag som gäller annan kommunikationsteknik: faxen, telefonen, Internet m.m. har ett värde i relation till sin användning. De sänkta transaktionskostnader för sökning i det växande informationsmaterialet som Google erbjuder är i första hand värdefulla om de utnyttjas av många användare gemensamt – det finns ett värde i att vi är många som hittar samma saker när vi söker.<sup>11</sup>

Denna iakttagelse leder vidare till den helt riktiga slutsatsen att Google, och sökmotorerna i allmänhet, inte i första hand erbjuder sökmöjligheter, utan något annat. Vid en närmare analys kan vi se att de är vad vi skulle kunna kalla *Common Concept Providers* (CCP:s), och att det är därför de är viktiga också ur ett rättsligt perspektiv. De

---

<sup>10</sup> Lag (1998:112) om elektroniska anslagstavlor 1 §.

<sup>11</sup> Det finns givetvis också en fara! Likriktningen i åsiktsbildningen kan bli stor om vi aldrig finner det avvikande.

frågor som uppkommer för sökmotorerna påminner därför också mycket om de som uppkommer för andra kommunikationstjänster – som Internetleverantörer och telefonbolag.

### **Vilka rättsliga anspråk är viktigast?**

På basis av det ovan sagda kan följande områden identifieras som de kanske mest intressanta att diskutera i anslutning till sökmotorerna:

- Exklusionsrätt
- Inklusionsrätt
- Ansvarsfrågor
- Konkurrensrättsliga frågor

### **Rätten att exkluderas**

#### **Exklusionsrätt**

Rätten att exkluderas från en sökmotor kan vara intressant av en mängd skäl. Det kan handla om enkla fall, som när Eniro råkade inkludera människor som hade ett skyddsbehov och därför hemliga telefonnummer i sin söktjänst.<sup>12</sup> Det kan givetvis också ligga mer komplexa, eller till och med ohederliga, motiv bakom att någon kräver att exkluderas – men att just denna rätt är viktigt visas av att det tagits fram en standard för hur den som publicerar på nätet skall kunna signalera till sökmotorernas indexeringsprogram att han eller hon inte vill vara med.

#### **Individuell exklusion av sidor eller webbplatser**

*Robot Exclusion Standard* är ett försök till standardisering som, förenklat, kan sägas signalera att en webbsajt inte önskar bli indexerad.<sup>13</sup> Genom att placera en fil som kallas robots.txt i katalogen på webbservern kan den som har webbsajten signalera att han inte önskar få innehållet på webbsajten indexerat och sökbart i ex.vis. Google.

Standardens rättsliga status är svårbestämd. I ett fall – där eBay stämt Bidders Edge för att de med hjälp av webbrobotar (program som söker på Internet) – kan standarden ha spelat roll i bedömningen om eBay signalerat att de inte accepterade att deras webbplats blev indexerad.<sup>14</sup> eBay hade nämligen exklusionsfiler på sina webbserverar som Bidders Edge ignorerade.

Det är också möjligt att det går att argumentera för att rätten att bli exkluderad beror av hur det indexerade materialet används. Mark Lemley refererar i uppsatsen ”Place and Cyberspace” ett fall där en firmas databas regelmässigt genomsöktes av en konkurrent, som sedan lade sina priser lägre än de priser som fanns i firmans databas.<sup>15</sup> Denna typ av riktad indexering för egen vinning kan eventuellt behandlas särskilt.

---

<sup>12</sup> DN 2004-08-04 (<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=678&a=294420>)

<sup>13</sup> <http://www.robotstxt.org/wc/norobots.html>

<sup>14</sup> Se *Ebay, Inc. v. Bidder's Edge, Inc.*, No. C-99-21200 RMW (N.D. Cal. May 24, 2000)

<sup>15</sup> Lemley, M ”Place and Cyberspace” i Cranor, L F och Wildman, S (red) *Rethinking Rights and Regulations: Institutional Responses to New Communication Technologies* (MIT Press 2003) ss 29.54

Därtill är det förstås av viss vikt om sökmotorn i fråga har förbundit sig att följa till exempel RES. Sådana ensiga utfästelser är besvärliga att analysera ur rättsligt perspektiv, men de kan ha en inverkan på en domstols bedömning..

Om så inte är fallet – kan då RES ha betydelse för vad en sökmotor får indexera eller ej? Ytterst skulle detta faktiskt kunna bli en fråga om sedvana. Om det anses att sökmotorbranschen valt att i så stor utsträckning respektera RES att denna respekt omvandlas till sedvana, skulle RES kunna få en viss betydelse.

### **Exklusion av nyckelord i reklamfallet**

I det fallet sökmotorn erbjudit annonsering utifrån *nyckelord* som faktiskt är erkända varumärken. I detta fall kan den som har rätt till varumärket begära att detta skall upphöra. Sökningar på Volvo bör inte ge annonser från Toyota. Här är argumenten för en exklusionsrätt tydliga.

### **Sökordsexklusion**

Betydligt svårare blir det när det gäller t.ex. en person. I ett fall klagade en revisor på att en googlesökning på hans namn visade upp ett fall i vilket han fått en erinran av den kaliforniska revisorsövervakningen.<sup>16</sup> Han menade att Google därmed förtalade honom. Fallet är ännu ej avgjort, men det skulle kunna tänkas att Mughan ställer två typer av krav: antingen att den sajt som han anser är förtal tas bort ur resultatlistan eller att det inte i framtiden skall gå att söka på hans namn. Det senare ger oss en helt ny typ av exklusionsfråga: finns det en rätt att inte finnas med alls i Googles sökarkiv? Finns det en exklusionsrätt för *sökord*?

I dag är den frågan beroende av hur man tolkar de lagar som finns på integritetsrättens område, samt hur olika jurisdiktionsregler tillämpas.

### **Ämnesexklusion**

Till sist är det naturligtvis tänkbart att någon vill ta bort inte bara ett enda sökbegrepp, utan ett helt ämnesområde – som pornografi – och därmed vill ta bort en hel serie begrepp som anses ha med pornografi att göra. Om vi antar – vilket är tveksamt – att det skulle gå att definiera mängder med begrepp sådana att de i övervägande grad endast handlade om exvis pornografi skulle krav kunna resas på att sökmotorn tog bort hela *ämnesområden* ur tjänsten.

Någon sådan exklusionsrätt är det svårt att se vare sig att det skulle kunna finnas i dag.

### **Exklusionsskyldighet**

Till sist kan också nämnas att det är möjligt att det också finns fall där det är möjligt att hävda att sökmotorn har en skyldighet att exkludera vissa webbsidor. När det gäller nationell säkerhet, hets mot folkgrupp och barnpornografi finns det säkert grupper som menar att det finns en skyldighet för sökmotorerna att exkludera sådan information. Denna syn saknar dock i allt väsentligt lagstöd i dag.

---

<sup>16</sup> ”California CPA unhappy with search results” (<http://websearch.about.com/cs/google/a/googlesue.htm>)

## Rätten att inkluderas

### Inklusionsrätt

En annan viktig fråga som gäller sökmotorernas hantering av den information som de tillhandhåller är frågan om vilken rätt företag och individer har att bli inkluderade i sökmotorns resultat.

### Individuell inklusion

Det finns åtminstone två olika möjligheter när det gäller individuell inklusionsrätt. Antingen kan företaget eller individen hävda att han eller hon har en rätt *att finnas med överhuvudtaget*, eller så kan det hävdas att ett företag eller en person har rätt *att finnas med på viss resultatplats*.

I åtminstone ett fall har ett företag förmodligen tillfogats skada inte på grund av det exkluderats, utan för att det sjunkit i resultatlistorna. Maggie Vandebrekkel, som säljer kokosnötolja, uppger att när Google ändrade sina indexeringsmetoder så att hennes firmas webbsida sjönk i resultatlistorna, påverkade det hennes affärsverksamhet allvarligt.<sup>17</sup> I den s.k. googledansen – kampen mellan sökmotorn och de som försöker få högre placeringar i resultatlistorna – kan ibland oskyldiga offer skördas. Deras rätt att åter inkluderas i sökresultaten är föremål för diskussion i dag, men det finns knappast rättsligt stöd för en sorts ”kontraheringsplikt” för sökmotorer.

Rätten till en viss plats har också varit föremål för en bedömning i ett mål där SearchKing.com anklagade Google för att ha gett SearchKing en plats som inte motsvarades av den som de skulle fått om Google bara låtit rankingalgoritmen avgöra (vilket stämde). Detta mål avskrevs snabbt, och det fastställdes att Google fick ordna resultaten hur man vill.<sup>18</sup>

### Ämnes- och sökordsinklusion

Förutom att det kan resas individuella krav på att inkluderas i sökresultat (eller på viss placering) kan det också tänkas att det i vissa fall skulle kunna bli aktuellt med inklusionsfrågor om både sökord och ämnen. Men det ter sig som ganska otroligt.

### Inklusionsskyldighet?

Det är faktiskt möjligt att det finns en inklusionsskyldighet som åligger inte sökmotorn, utan de som publicerar information på webben.

Argumentationen – som är oprövad – skulle kunna formuleras ungefär såhär: av offentlighetsprincipen följer att myndigheter och kommuner inte får försöka undvika att deras på webben publicerade material blir sökbar. Därför får till exempel en kommun inte använda *robot exclusion standard* för att hindra sökmotorer från att indexera kommunens webbsidor.

Krav på transparens i finansbranschen skulle kunna göra att krav på att material som publiceras på nätet publiceras i ett standardformat som gör det lätt sökbart och lätt att

---

<sup>17</sup> ”Google changes anger web businesses”  
([http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/working\\_lunch/3290277.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/working_lunch/3290277.stm))

<sup>18</sup> Se ”Google wins in SearchKing Lawsuit” *LawMeme*  
<http://research.yale.edu/lawmeme/modules.php?name=News&file=article&sid=1147>

indexera. Denna typ av transparensregler skulle kunna öka förtroendet för finansbranschen i stort.<sup>19</sup>

## **Ansvarsfrågor**

### **Ansvarsfrågor i allmänhet**

Huvudprincipen när det gäller ansvar i nät har varit att den som endast förmedlar kommunikation inte skall vara ansvarig för det som förmedlas. Precis som posten inte är ansvarig för innehållet i alla brev eller telefonbolaget för brott som planeras per telefon. Även när det gäller sökmotorer är detta en rimlig syn på ansvarsproblematiken. Söktjänster är en sorts kommunikationsoperatörer – Common Concept Providers – och därmed bör de behandlas som sådana.

Det finns emellertid några exempel på fall där ansvar kan bli aktuellt. I allmänhet kan sägas att det av principen om inget ansvar för förmedling följer att ju mer bearbetade och avancerade söktjänsterna blir – desto större kan också deras ansvar bli.

### **Ansvar för sökresultat**

En sökmotors ansvar för sökresultat är en relativt oprövad fråga. Det finns emellertid två exempel där ansvar har utkrävts. Det först har redan berörts. I ett fall där sökmotorn sålt nyckelord för annonseringssyften, och där dessa nyckelord varit varumärkesskyddade, har det ansetts att sökmotorn har kontroll över processen och att man dessutom tjänar pengar på att utnyttja varumärket. Därför är det ganska okontroversiellt att en sökmotor skall ha ansvar för denna typ av sökresultat – sponsrade sökresultat där nyckelord använts som faktisk skyddas av varumärkesrätten.

En relaterad fråga är om det föreligger ansvar för de tjänster som förmedlas vid allmänna sökningar. Vid sökningar på internetspel m.m. visar många sökmotorer upp annonser för just olika spelbolag. Dessa annonser kan uppfattas som medverkan till spelverksamhet på olika sätt. Just detta har också blivit föremål för prövning i domstol.

Ansvaret för sökresultat som inte manipulerats alls av sökmotorn får anses närmast uteslutet – och därmed är det också svårt att tänka sig a Maughan kommer att vinna sitt mål om förtal mot Google.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Se exvis Hodge, F, Kennedy, J och Maines, L ”Does Search-Facilitating Technology Improve Transparency in Financial Reporting” *Accounting Review* July 2004

<sup>20</sup> Se exvis, för en analys utifrån amerikansk rätt: Hilden, J ”Why You Can’t Sue Google” CNN (<http://www.cnn.com/2004/LAW/05/25/hilden.google/>)

Till sist kan det också vara relevant att fråga efter vilket ansvar en sökmotor har för att den filtrerar bortom vad den uppger. I ett särskilt projekt som drivs av Jonathan Zittrain vid Berkman Center for Internet and Society visar det sig att Googles ”säkra sökning” filtrerar bort mängder med webbsidor som inte innehåller pornografi eller annat innehåll som anses skadligt.<sup>21</sup>

## **Ansvar för sökmotorrepresentation**

En relaterad fråga är om det finns möjligheter att utkräva ansvar för missbruk av sökmotorn, som Googlebombning av olika slag. Svaret på den frågan är komplicerat. Det finns givetvis möjligheter att angripa rena datorintrång där söktjänsten manipulerats, men om det endast handlar om exploatering av de indexeringsmetoder som söktjänsten använder tycks det vara svårare att argumentera för att den som framgångsrikt manipulerar söktjänsten begår olagliga handlingar.

När det gäller ren googlebombning, som i fallet ”miserable failure” som ger den amerikanske presidentens hemsida som förstaresultat, är det nästan fråga om en sorts yttrandefrihet hos användarna av sökmotorn. Dessa utnyttjar möjligheten som sökmotorn ger att uttrycka sin åsikt.

Detta accentueras också av att alla har lika möjligheter att manipulera resultaten. Filmaren Michael Moore återfinns regelmässigt också högt upp på resultatlistan för sökningen ”miserable failure”, och här finns det i någon mening en yttrandekonkurrens som kan vara helt ofarlig.

För att detta skall kunna gälla är emellertid förutsättningen att vi vet att *sökmotorn* inte förvränger resultaten. Av det skälet kan det vara angeläget att inför regler – analogt med de som finns i andra kommunikationsrättsliga regelverk – om att förbjuda avlyssning och övervakning av användare, samt manipulation av kommunikationstjänstens kvalitet eller resultat.

Lika litet som vi vill ha telefonoperatörer som avlyssnar vår samtal eller gör det omöjligt för oss att ringa vissa nummer, vill vi ha sökmotorer som loggar våra sökningar och manipulerar sökresultat.

## **Konkurrensrätt**

### **Hur hanterar vi sökmonopol?**

Sökmarknaden är i dag inte ett regelrätt monopol. Google har visserligen en stor del av sökmarknaden, men det föreligger inte något renodlat monopol. Frågan är om konkurrensrättsliga frågor i framtiden kommer att göra det nödvändigt att avreglera sökmarknaden på samma sätt som telemarknaden avreglerats.

Om vi skulle få en situation där en enda sökmotor blev helt dominerande skulle det kunna få negativa konsekvenser, men kostnaderna för att byta sökmotor är i dag inte sådana att det framstår som sannolikt att någon enskild sökmotor skulle få monopol.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Se Empirical Analysis of Google SafeSearch (<http://cyber.law.harvard.edu/people/edelman/google-safesearch/>)

<sup>22</sup> Inträdesbarriären är fortfarande låga: Gandal, N ”The Dynamics of Competition in the Internet Search Engine Market” (WP CPC01-17) 2001. Tillgänglig via SSRN.com

Det som skulle kunna ske är att en sökmotor lyckas personalisera sökningar så mycket att användarna upplever en avskräckande lock in-kostnad. Studier på området visar nämligen att sökresultatens och sökmängdens omfattning inte är avgörande för var vi söker, så mycket som kringtjänster.<sup>23</sup>

## **Några framtida rättsfrågor**

### **Ett tankeexperiment**

Det är lätt att tänka sig att det skulle kunna uppkomma ett antal olika problem till följd av sökmotorernas ökade betydelse i samhället. Det är inte heller osannolikt att dessa problem kommer att prövas av domstol. Nedan redovisas tre fall som skulle ha kapacitet att illustrera flera intressanta frågor.

### **Länkdensitet på burk**

Omständigheterna i detta fall är enkla. Ett företag har köpt upp etthundratusen domäner och nu erbjuder man sig att länka till olika webbsidor för att öka länkdensiteten. Prismodellen är enkel: 200 länkar i ett år kostar 200 kronor. 100 000 länkar i ett år kostar 100 000 kronor. Företaget räknar med omkostnader på 50 miljoner och intäkter på i genomsnitt 1000 kronor från över 100 000 användare världen över. Företaget räknar vidare med att kunna se till att värdet per länk inte devalveras. Resultatet skulle kunna bli att en söktjänst stämmer företaget för att manipulera sökresultat, att en användare stämmer företaget för utebliven effekt (om sökmotorn ändrar resultrankningen). Att affärsmodeller som bygger på sökmotormanipulation kommer att bli viktigare följer av att annonseringen på sökmotorer ökar hela tiden – och sökmotorerna blir därmed allt värdefullare. Att finnas med gratis i sökresultaten blir då frestande.

Ekonomiskt kan en modell som denna omöjliggöras genom att annonspriset alltid är lägre än priset för att komma med bland de tio första träffarna – vilket torde vara fallet i dag.

### **Brusintegritet**

När lagen inte längre räcker beslutar sig en grupp av användare för att sprida brus i sökmaskineriet. De tar fram en enkel mjukvara som fungerar som så att den tar en webbsida, ändrar på alla siffror och data i den och sedan publicerar den i ett nätverk av webbservrar. Denna överpublicering av falska persondata kring vissa individer gör att de kan dölja sig i bruset. Är detta lagligt?

### **Revisionismen.com**

En rik och excentrisk högerextremist bestämmer sig för att Googlebomba bort alla hänvisningar till förintelsen. Till sin hjälp har han ett nätverk av webbplatser och publiceringsmöjligheter som används systematiskt för att rensa resultatlistorna i alla större sökmotorer från resultat som är – som han anser – historiskt inkorrekta. Hur kan sökmotorn försvara sig mot detta?

---

<sup>23</sup> Telang, R, Mukhopadhyay, T Wilcox, R "En Empirical Analysis of Internet Search Engine Choice" WP 03-05 Darden Graduate School of Business Administration, University of Virginia. Tillgänglig via SSRN.com

En möjlighet är införandet av gratis sponsrade sökord från Google, där sökmotorn sponsrar länkar till historiskt korrekta källor. En annan möjlighet är att vissa sökord hårdlänkas till vissa webbplatser.

## **Ett grundlagsförsvar av sökmotorer**

Det är fullt möjligt att argumentera för att sökmotorer faktiskt åtnjuter en sorts grundlagsskydd, och att regler som inskränker dem – i vissa avseenden – kränker den yttrandefrihet och informationsfrihet som medborgaren tillförsäkras i regeringsformens 2 kap 1 § 1-2p:

- 1 §** Varje medborgare är gentemot det allmänna tillförsäkrad
1. yttrandefrihet: frihet att i tal, skrift eller bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor,
  2. informationsfrihet: frihet att inhämta och mottaga upplysningar samt att i övrigt taga del av andras yttranden,

Argumentationens huvuddrag skulle vara följande: medborgarens informationsfrihet är i informationsaamhället, med dess informationsöverskott och snabba informationsproduktion, beroende av hjälpmedel för att kunna strukturera den information som medborgaren har frihet att ta till sig. Om sökmotorernas verksamhet inskränks – i vad mån de bara tillgodoser behovet av informationsfrihet (något skydd för reklamprogram m.m. är svårt att tolka in) – blir därmed informationsfriheten värdelös.

Samma sak kan sägas vad gäller yttrandefriheten. Om sökmotorerna försvinner, försvinner också möjligheten att yttra sig i det snabbt växande bruset i samhället. Sökmotorernas strukturering av materialet garanterar yttrandefriheten i så måtto att de gör det möjligt för en individ att bli funnen, och därmed för yttrandet att faktiskt bli ett yttrande.

I 2 kap 12 § framgår att informationsfriheten får inskränkas i lag, men paragrafen utsäger också tydligt (2 st) att:

Begränsningen får aldrig gå utöver vad som är nödvändigt med hänsyn till det ändamål som har föranlett den och ej heller sträcka sig så långt att den utgör ett hot mot den fria åsiktsbildningen såsom en av folkstyrelsens grundvalar.

Det tycks klart att den fria åsiktsbildningen i dag är beroende av – på gott och ont – sökmotorernas existens och utformning.