



Miljø- og
Fødevarerministeriet

Folketingets Ligestillingsudvalg
Christiansborg
1240 København K

Den 17. marts 2020

Fødevarer- og ligestillingsministerens besvarelse af spørgsmål nr. 59 (LIU alm. del) stillet den 4. marts 2020 efter ønske fra Samira Nawa (RV).

Spørgsmål nr. 59

"Har ministeren viden om effekten af den kampagne, Eva Kjer Hansen i september 2018 i sin tid som ligestillingsminister satte i gang om digitale blufærdighedskrænkelser? Er der f.eks. kommet færre/flere digitale krænkelser siden kampagnens begyndelse i september 2018 og frem til i dag? Der henvises til artiklen "Minister i offensiv mod uønskede »dickpics «: Florerer i stort omfang og medfører hård straf" i Berlingske den 15. september 2018.

Svar

Jeg har ikke viden om effekterne af den oplysningsindsats den tidligere ligestillingsminister Eva Kjer Hansen igangsatte i 2018, hvor hun bl.a. var rundt på en række ungdomsuddannelser mv. og tale om digitale krænkelser, ungdomsliv, og hvad der er lovligt og ulovligt på nettet.

Generelt er det vanskeligt at opgøre og isolere effekterne af specifikke oplysningsinitiativer og kampagner. I forhold til en eventuel effekt af den pågældende indsats ville det f.eks. være relevant tage højde for Umbrella-sagen, hvor flere end 1.000 personer blev sigtet for besiddelse og deling af børneporno. Sagen har gennem de seneste år sat fokus på digital krænkelser.

Der er endvidere i dag ikke løbende opgørelser over omfanget af digitale krænkelser, men en række forskellige undersøgelser og studier der belyser omfanget gennem bl.a. surveys, som ikke muliggøre sammenligning over tid. I rapporten 'Vold og seksuelle krænkelser' fra Statens Institut for Folkesundhed fra 2018 var der en opgørelse over omfanget af ikke-fysiske seksuelle krænkelser, som bl.a. omfatter digitale krænkelser. Der vil blive gennemført en ny opgørelse i 2021, som kan give et billede af udviklingen i omfanget af ikke-fysiske seksuelle krænkelser.

Til orientering lancerede jeg i januar 2020 en kampagne med titlen 'Digitale krænkelser koster'. Kampagnens formål var at tydeliggøre, hvad der ulovligt på nettet, der var bl.a. fokus på billeddeling, trusler, hacking, pornografisk billedmanipulation, falske datingprofiler og digitalt blotteri. Kampagnen løb fra uge 7-10 og har i perioden på tværs af Facebook og Instagram nået 1.175.063 personer. I gennemsnit har hvert opslag haft en rækkevidde på 25.000 unikke brugere, og der er på relativ kort tid opbygget et fællesskab på Facebook, som 500 følger med i. Kampagnen har i særlig høj grad engageret de unge mellem 18 og 34 år og de 13-17-årige med en kønsfordeling på ca. 50-50.

Mogens Jensen

/

Mette Kaae Hansen