

En hverdag af data

Executive summary



Rapport udarbejdet af Analyse & Tal på
opdrag fra Dataetisk Råd

Januar 2023



Dataetisk
Råd

&#
Analyse & Tal

Opdragsgiver:

Dataetisk Råd
Ørestads Boulevard 5
2300 København S
dketik@dketik.dk

Udarbejdelse:

Analyse & Tal
Hejrevej 34A
2400 København NV
www.ogtal.dk

For mere information kontakt:

Sarah Steinitz
28 68 34 60
sarah@ogtal.dk

Databehandling, analyse & rapport:

Sarah Steinitz, Edin Lind Ikanović, Malte Moll Wingender,
Emilie Kastrup, Ida Haugen-Poljac, Amalia Caicedo
Montano Dahl, Cecilie Astrupgaard og Tabita Knak

Indledning

1

En hverdag af data

Vi efterlader digitale spor overalt. Når vi browser rundt på nettet, søger på Google, er i kontakt med vores venner på sociale medier eller hænger på sofaen fredag aften foran Netflix – ja, selv når vi får udskrevet medicin hos lægen eller tjekker ind med vores rejsekort skaber vi nye data om os selv.

Som Hans og Grete kaster vi om os med krummer af information relateret til os selv og vores nærmeste. I modsætning til Hans og Grete er vi ofte ikke bevidste om, at vi har et permanent hul i lommen – lige ved siden af telefonen – hvorfra datakrummerne drysser ud, når vi går.

I denne undersøgelse har vi sat os for at samle krummerne. Hvad består de mange små stykker af information af? Hvor mange er der? Og hvad kan man se om en person, når fragmenterne stykkes sammen – når vi for første gang kan se os selv i et dataspejl?

I rapporten, som Analyse & Tal har udført for Dataetisk Råd, stiller vi skarpt på den omfattende dataindsamling, som er blevet et vilkår i vores moderne samfund. Vi dykker ned i, hvilke data helt almindelige mennesker afgiver, og hvad befolkningen ved og mener om den dataindsamling, der er blevet en så integreret del af hverdagen for os alle.

Del 1 Dataspejl: Hvad ser vi i spejlet, når vi samler datakrummerne?

Der er ingen tvivl om, at teknologien på mange måder har gjort hverdagen lettere: Vi finder svar på ting, vi ikke ved; lytter til dagens avis, mens vi cykler; shopper fra toilettet; har hele CD-samlingen med i lommen og tjekker, om vinen i supermarkedet er god, før vi køber den. Teknologien har sneget sig ind i stort set alle aspekter af vores liv, og livet før smartphones føles som en anden tidsalder. Hvordan fandt man egentlig vej før Google Maps?

I det daglige er det formentlig de færreste af os, der tænker over, at der med de mange digitale tjenester også er indført en omfattende dataindsamling. Prisen på en 'gratis' tjeneste, vi bruger, er ofte data. Og selv når vi betaler en pris i kroner og øre, bliver der ofte samlet data om os alligevel.

I den første del af rapporten undersøger vi, hvilke data vi danskere deler, og hvad de bruges til. Otte frivillige og modige mennesker, heraf to fra Dataetisk Råd, har givet os adgang til at se, hvilke persondata der bliver indsamlet om dem og lagret hos bl.a. Google, Facebook, TikTok, Rejsekortet, PokemonGo, Tesla, TDC og en række andre tjenester, som de ofte bruger i deres hverdag. For hver enkelt af vores deltagere har vi samlet fragmenterne til et dataspejl. I spejlet ses et omrids af den pågældende person ud fra de datakrummer, som vedkommende deler med offentlige og private

tjenester, når vedkommende bruger forskellige apps og hjemmesider. Når fragmenterne samles, bliver det tydeligt, hvem vi er, hvor vi befinder os, hvad vi bruger vores tid på, hvem og hvad der fylder i vores liv, og hvad vi går og drømmer om.

I projektet har vi præsenteret de otte deltagere for deres individuelle dataspejl og fået deres reaktioner på, hvordan det er at se sit digitale spejlbillede. Hvor meget af vores inderste privatsfære kan data fra et udvalg af hverdagstjenester egentlig afsløre? Og er resultaterne bekymrende eller forventelige?



Del 2 Befolkningssurvey: Hvad ved vi? Hvad synes vi? Og kan viden rykke ved vores holdninger?

Indsamlingen af persondata kan være tæt på umuligt for den enkelte at holde styr på. Som forskningsprojektet Algoritmer, Data og Demokrati (2021) viser, vurderer knap 40 pct. af danskerne, at de slet ikke eller i mindre grad har tilstrækkelig viden til at bestemme, hvilke data de deler med andre.

Såvel ADD som andre undersøgelser har vist, at der er en udbredt bekymring i befolkningen forbundet med vores digitale liv og dataindsamling. I en dansk sammenhæng viste Incentives undersøgelse for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020), at tre ud af fire danskere i større eller mindre grad er bekymrede for, hvordan forskellige digitale platforme bruger deres persondata, når de handler på platformen.

Men selvom dataindsamling måske kan bekymre os, når vi stopper op og tænker over det, så er det ikke noget, der umiddelbart får os til at ændre adfærd. Vi læser sjældent de endeløse paragraffer under tjenesternes "betingelser og vilkår", men skynder os at trykke "accepter" og komme videre i programmet. For hvad skal man egentlig gøre? Vi er blevet vant til den digitale komfort. Det letter hverdagen at klare indkøbene fra en app, og det er jo hyggeligt at dele billeder af børnene med hele omgangskredsen på sociale medier.

I forskningen taler man om *privatlivs-paradokset*: På én gang udtrykker mange brugere bekymring for deres digitale privatliv, men samtidig fortsætter de ufortrødent med at benytte forskellige tjenester, og de gør ikke nødvendigvis noget aktivt for at beskytte deres personlige data (Barth & Jong 2017).

For at blive klogere på, hvad der er på spil for danskerne, kortlægger vi i den anden del af rapporten befolkningens viden om og holdning til den dataindsamling, der finder sted hvert eneste minut i de flestes hverdag. Vi har gennemført en stor befolkningssurvey, hvor vi dels har testet danskernes vidensniveau, dels har undersøgt, hvad vidensniveauet betyder for de overvejelser og bekymringer, der knytter sig til forskellige former for dataindsamling.

Vi har også foretaget et surveyeksperiment og undersøgt, om man ændrer holdning, hvis man får mere viden om, hvad der potentielt kan ske med den data, der hele tiden opsamles om os og sælges videre.

Rapporten er udarbejdet på opdrag fra Dataetisk Råd og vil være relevant for alle, der arbejder med eller interesserer sig for etiske, politiske og sociale problematikker knyttet til vores digitale liv. I dette executive summary gengives undersøgelsens hovedresultater. Den fulde rapport kan findes [her](#).

En særlig tak skal lyde til de otte modige mennesker, som har indvilliget i at gøre os alle sammen klogere ved at se sig selv og deres hverdag afspejlet i data.

God læselyst.

A close-up, artistic photograph of a human eye. The eye is looking slightly to the right. The iris is a dark, rich brown color. The eyelashes are long and dark. The skin around the eye is a warm, golden-brown tone. A large, bright green number '2' is overlaid on the upper left portion of the image, partially covering the forehead and the top of the eye.

2

**Executive
summary**

2

Vigtige fund i dataspejlet



82% af de data, der gemmes om os, aner vi intet om

Hovedparten af de data, der er indsamlet og gemt om os, er utilsigtede dataspor – dvs. at vi ikke er klar over, at der er blevet delt data i den konkrete situation. Det kan f.eks. være, når Snapchat indsamler oplysninger om, hvor vi befinder os, selvom app'en er lukket, når Tesla registrerer hånden på rattet, eller når Facebook følger med i, hvad vi foretager os udenfor Facebook. 82 pct. af de persondata, der ligger til grund for undersøgelsen, er utilsigtede eller ubevidste dataspor.



Data afslører seksualitet, sygdom & skilsmisser

For de fleste deltagere i undersøgelsen kan vi ud fra deres persondata kortlægge deres bevægelsesmønstre, døgnrytme, relationer, arbejdsliv, interesser, smag, tanker, drømme og store livsændringer. Vi kan udpensle en tilfældig dag i deres liv og med præcise tidsstempler gengive, hvad de har foretaget sig. Vi kan desuden kortlægge forhold, der i GDPR-lovgivningen er klassificeret som følsomme personoplysninger, f.eks. helbred, seksualitet, fagforening, politisk overbevisning og etnisk oprindelse.



Det nytter at være cookie-kriger

For de fleste af os kan vores data give et detaljeret spejlbillede af vores liv og adfærd. Men hvis man anstrenger sig for at begrænse dataindsamling om én – f.eks. ved at benytte en browser med høj privatlivsbeskyttelse, slå lokationsdeling fra, konsekvent afvise cookies, mv. – så gør det en forskel. En deltager i undersøgelsen har taget kampen op som "cookie-kriger", og det mindsker detaljegraden i dataspejlet.

Vigtige fund i surveyen



Vi er bekymrede for, om andre bliver påvirket, men ikke os selv

Dataindsamling er forbundet med udbredt bekymring i befolkningen, særligt er vi bekymrede for, om vores data bliver stjålet eller delt ved et uheld; at tech-giganter som Google og Facebook får stor magt, og om befolkningens holdninger og adfærd bliver påvirket af målrettede annoncer. Vi er derimod ikke så bekymrede for, om vores egne holdninger og forbrug bliver påvirket.



Når vi får mere viden, bliver vi mere bekymrede

Det ser ud til, at øget information om, hvilke data der indsamles, og hvordan de kan videresælges, øger bekymringsniveauet i befolkningen. Det er dog sandsynligt, at man ikke kun påvirkes af øget viden, men også af de følelser, som en given information planter i én. Forskning viser netop, at følelser spiller en væsentlig rolle for folks opfattelse af og holdning til data.



Dataindsamling er et vilkår, som vi prøver at begrænse – men hvad nytter det egentlig?

Den udbredte utryghed og bekymring omkring dataindsamling afspejler sig i en aktiv indsats for at begrænse det. Næsten to tredjedele fravælger bestemte apps eller hjemmesider for at begrænse, hvad der indsamles om dem. Men selvom mange gør noget for at begrænse dataindsamling, føler de fleste, at de bør gøre mere. Og relativt få har en tro på, at det nytter noget. Tre ud af fire tror slet ikke eller kun i mindre grad, at de kan styre, hvad der indsamles om dem, og hele 85 pct. begrundede deres brug af apps og hjemmesider med, at de reelt ikke kan undgå dataindsamling alligevel. Vi er med et begreb fra forskningen *digitalt resignerede*.

Dataspejl: Indblik i de persondata, der indsamles & lagres

I hverdagen er den dataindsamling, der sker, når vi bruger forskellige digitale tjenester, ofte usynlig og uhåndgribelig. Med hjælp fra otte frivillige deltagere, heraf to fra Dataetisk Råd, forsøger vi at gøre hverdagens dataindsamling synlig og konkret ved at lave dataspejlinger.

Dataspejlene udarbejdes ved at indhente og analysere de persondata, som forskellige tjenester (Google, Facebook, Rejsekortet, mv.) har gemt om vores deltagere. Det giver os mulighed for at få et helt konkret indblik i, hvilke persondata der indsamles og lagres hos de forskellige tjenesteudbydere, samt hvad en persons digitale fodspor fortæller om vedkommende.

Databeskyttelsesforordningens artikel 15 indeholder en såkaldt *right to access*, som betyder, at man som privatperson kan bede om en kopi af de persondata, virksomheder og offentlige myndigheder har om én. Vi har benyttet os af denne rettighed og hjulpet vores deltagere med at anmode om at få udleveret deres persondata fra de offentlige myndigheder og private virksomheder, hvis apps og tjenester de bruger mest. Der er stor forskel på, hvor let det er at udøve retten til at få indsigt i sine data. Mens nogle af de store tech-virksomheder har specifikke systemer til at håndtere sådanne forespørgsler og leverer data

i løbet af et par dage, kommer det helt bag på andre aktører, at man kan bede om at få udleveret sine data under GDPR-lovgivningen.

Samlet set ansøgte vi om data fra 55 tjenester, og heraf vendte 31 af dem retur med data inden for en måneds tid. Undersøgelsen bygger primært på data fra private virksomheder, idet Danmarks Radio og Rejsekortet er de eneste offentlige eller semi-offentlige aktører, vi har fået data fra tids nok til at få det med i undersøgelsen.

Ved undersøgelsens afslutning vendte Styrelsen For Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR) samt ATP tilbage med data, men på det tidspunkt havde vi lavet dataspejlene og præsenteret dem for deltagerne i undersøgelsen. DSB meldte tilbage, at de ikke havde nogen personoplysninger om den pågældende deltager, og Nets bad efter en måned om yderligere oplysninger.

Danmarks Statistik vender retur med et svar om, at de ikke behøver at udlevere data under GDPR, og DSBs melding var, at de ikke havde persondata om den pågældende deltager.

Selvom vi må undvære de fleste offentlige data, ender vi alligevel med data fra et bredt udsnit af tjenester, som mange danskere er i kontakt med i hverdagen. Fra store internationale tech-virksomheder som Google (der ejes af Alphabet), Facebook (der ejes af Meta), Twitter og Netflix til danske aktører som Coop, Rejsekortet, Zetland og Politiken.

Tjenester, vi har anmodet om data

Vi har modtaget data fra:

(I alt 31 tjenester)

Google
Facebook
Apple
LinkedIn
Spotify
Netflix
Twitter
Instagram
TDC
Microsoft
Coop
DR
Politiken
Snapchat
TikTok
PetPals
Gorillas.io
Clever
Danske Bank
Amazon
DJØF
Rejsekort
Tesla
Telenor
Vivino
OurGroceries
H&M
CBB
Pokemon GO
Zetland
MobilePay

Vi har ikke modtaget fra:

(I alt 24 tjenester)

Danmarks Statistik
BeReal
EasyPark
MonitorYourWeight
ITU Student
Borger.dk
ATP**Leverede data ved projektets afslutning*
Skoda
Semler
Nets**Vendte retur efter en måned og bad om flere oplysninger*
STAR**Leverede data ved projektets afslutning*
Gentofte Bibliotek
DSB**Havde ikke persondata om pågældende deltager*
Regnspotter
Aula
Garmin
HBO Max
Sonos
Den Blå Avis
Jabra
Hayday
ReShopper
Podimo
Rsyd – mit liv min sundhed

Hvilke data deler vi?

Datamaterialet fra dataspejlene viser, at der indsamles ufattelige mængder af data om os, når vi anvender forskellige digitale tjenester eller blot går rundt med vores mobiltelefon i lommen. Fra de 31 tjenester, som har udleveret persondata til vores otte deltagere, har vi samlet set modtaget 95 GB data. Printer man det hele ud på A4-papir, sidder vi med en papirstak på 953 meter, svarende til tre Eiffeltårne ovenpå hinanden.

For hver deltager har vi mellem 1.000 og 100.000 enkelte filer af varierende størrelse. Det ville være umuligt at præsentere deltagerne for alle disse filer, og vi har derfor udvalgt de mest relevante. Datafilerne er desuden struktureret forskelligt. Mellem de mange platforme, apps og IT-systemer er der ingen fælles standard for, hvordan man tilrettelægger data. Vi har derfor tilrettelagt data på en måde, så det kan undersøges på tværs af datakilder og tjenester. På den måde kan vi give deltagerne et dybdegående og retvisende billede af deres data.

Til dataspejlene opererer vi med fire kategorier af data:

- **Stamdata:** Grundlæggende og statiske oplysninger såsom navn, e-mail adresse, bopæl, telefonnummer, oplysninger om job og uddannelse, mv.
- **Profileringer:** Indeholder de informationer, som en given tjeneste har udledt om deltagerne, f.eks. interesser, reklamekategorier mv.

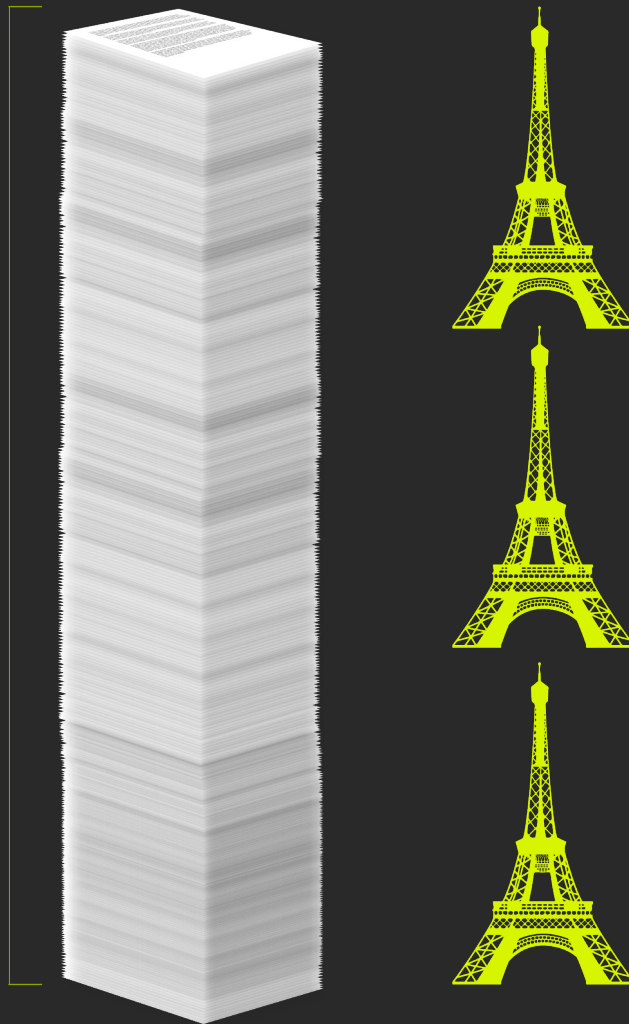
- **Livslog:** Loggen er en sammenkøring af alle de registreringer, som er tilknyttet et tidsstempel. Det er registreringer, der bliver foretaget, når deltagerne f.eks. laver en søgning på Google, scanner en vin på Vivino, lytter til et nummer på Spotify, oplader elbilen ved en ladestander, ser en film på Netflix, kommenterer på et Instagram-opslag, eller når en app opdateres.
- **App oversigt:** Fra deltageres Google og Apple data kunne vi lave en oversigt over samtlige apps, de har installeret på telefonen. Med informationer fra Apples App Store og Google Play Store kan vi yderligere vise, hvilke data de forskellige apps indsamler om deltagerne, og hvad disse data anvendes til.

På baggrund af det enorme materiale kan vi kortlægge en stor del af de otte deltageres liv og adfærd. Vi kan holde et digitalt spejlbillede op foran dem, der viser deres bevægelsesmønstre, døgnrytme, relationer, arbejdsliv, interesser, smag, tanker, drømme og store ændringer i livet.

Vi får indsigt i forhold, der i databeskyttelsesforordningen er klassificeret som særligt følsomme personoplysninger såsom deltageres helbred, seksualitet, fagforening, politisk overbevisning og etnisk oprindelse. Med datamaterialet får vi sågar adgang til indsigter, som ikke burde være tilgængelige for os – for eksempel en af deltageres pas, der gemmer sig på et link i browserhistorikken.

Data i projektet svarer til 3 Eiffeltårne stablet på hinanden

95 GB



Tager man de **95 GB** data fra i alt 31 tjenester og printer på A4-papir, svarer det til en stak på **953 meter**. Det svarer til 3 Eiffeltårne stablet ovenpå hinanden.

På tværs af de fleste deltagere er reaktionen, at dataspejlet giver et genkendeligt billede af dem og deres liv: Hvad de bruger deres tid og penge på; hvad der falder i deres smag; hvad de gør sig af tanker, og hvem der står dem nær.

Deltagerne er alle bevidste om, at der bliver indsamlet mange data om dem på diverse platforme. Derfor er det ikke en overraskelse, at vi er i stand til at vise et retvisende billede af dem og deres liv. Alligevel kommer omfanget og detaljegraden bag på de fleste, der er overvældet over at få præsenteret data i samlet form. Særligt præsentationen af "En dag i dit liv", hvor vi med data gengiver en specifik dag i deltagerens liv, gør indtryk. Vi kan med stor præcision gengive, hvornår de tænder for morgenmusikken på Spotify; hvad de laver i løbet af dagen; hvem de interagerer med på sociale medier¹, og hvilke kattevideoer eller nyhedsartikler, de falder over i sene aftentimer.

I kategoriseringen af datamaterialet fra de forskellige tjenester vurderer vi, om deltagerne har været bevidste om, at de deler data med den pågældende tjeneste, eller ej. Bevidste eller tilsigtede dataspor er for eksempel, når deltagerne kommenterer eller liker opslag på Facebook, foretager et køb i App Store, laver et tweet eller lignende. Her er tale om bevidste, aktive handlinger, som i vid udstrækning er synlige for deltagerne.

Utsigtede dataspor er de tilfælde, hvor man næppe er klar over, at der sker en registrering, fordi den sker mere usynligt. Det kan f.eks. være app-opdateringer eller lokationsregistrering,

som sker, uden at man tænker over det.

Tilsammen udgør den utilsigtede del af registreringerne 82 pct. af materialet i deltagerens livslog. Kun 18 pct. er tilsigtet datadeling. Det er altså langt størstedelen af registreringerne, der finder sted, uden at deltagerne er bevidste om det i situationen.

Data fra dataspejlene giver desuden indblik i forretningsmodellerne for de store tech-virksomheder, som drager gavn af at have store mængder data om deres brugere, så de kan målrette indhold og annoncer. Vi får også indsigt i de mindre digitale tjenester, som lever af at videresælge information om deres brugere og derfor logger oplysninger, som ikke er nødvendige for at få de pågældende apps til at fungere.

Et andet aspekt af tjenesternes forretningsmodel, som fremstår af dataspejlene, er algoritmernes kraft til at fastholde vores opmærksomhed. Ved at se på mønstre i data får vi et indblik i, hvordan forskellige tjenester lykkes med at kapre vores opmærksomhed i tide og utide – også når vores deltagere egentlig har planlagt at gøre noget andet.

Endelig giver dataspejlene anledning til at sætte spørgsmålstejn ved, hvorvidt der er tale om informeret samtykke, når man godkender licensbetingelser og cookieindstillinger. Det er gennemgående for vores deltagere i dataspejlene, at de ikke er klar over, hvilke data der bliver indsamlet om dem. Endnu mindre, hvad disse data bliver brugt til.

¹ Det skal i parentes bemærkes, at vi gik udenom deltagerens chat- og beskedfunktioner, ligesom vi heller ikke læste indholdet i deres mails.

Hvad ved vi om det, vi deler?

I spørgeskemaundersøgelsen ser vi på befolkningens viden om dataindsamling på forskellige måder: Vi spørger både ind til selvvurderet viden, selvoplevet indsats for at forstå emnet, og derudover tester vi befolkningens faktiske kendskab til en række forhold omkring dataindsamling.

Resultaterne viser, at danskerne godt ved, at der indsamles data i stort omfang. Det bliver man blandt andet konfronteret med, når man accepterer cookie- og privatlivsindstillinger. Langt de fleste er samtidigt klar over, at meget af deres aktivitet på hjemmesider, streamingtjenester og sociale medier genererer data, samt at disse data sælges videre og anvendes til at forudsige folks forbrug. Men derudover er befolkningens viden begrænset.

Over halvdelen af respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen opfatter data som noget abstrakt frem for noget konkret og håndgribeligt, og omkring halvdelen føler, at de ved lidt eller ingenting om de data, der indsamles om dem.

Der er en sammenhæng mellem, hvor meget man har forsøgt at sætte sig ind i dataindsamling, og hvor meget man synes, man forstår. Over halvdelen af dem, der i høj grad har forsøgt at sætte sig ind i, hvad der indsamles af data om dem, føler også, at de ved meget om dataindsamling. Men det er imidlertid stadig hver femte af dem, der i høj grad har forsøgt at forstå dataindsamling, der oplever at forstå lidt eller ingenting.

Mens de fleste ved, at mange apps og hjemmesider indsamler data om dem, er det færre, der har en mere konkret viden om, hvornår apps indsamler data, og hvornår de ikke gør. For eksempel vidste mindre end hver fjerde, at Facebook i mange tilfælde kan følge med i, hvad man foretager sig på andre apps, og at tjenestens viden om os rækker langt videre end til det, vi deler, kommenterer eller liker med vores profil.

Generelt opleves dataindsamling for mange som et uoverskueligt og uigen-nemtsigtigt fænomen, og vi har ikke ret stor tiltro til vores egen viden om, hvordan data indsamles og anvendes.

Befolkningssurvey

1.502 besvarelser i
perioden 27.10–18.11.2022

Besvarelserne er vejret på køn og alder for at sikre repræsentativitet i forhold i befolkningen

Spørgeskemaundersøgelsen er udført i samarbejde med Voxmeter som har udtrukket en tilfældig stikprøve blandt alle tilgængelige telefonnumre og lavet telefoninterviews.

Hvad mener vi om det, vi deler?

Befolkningens holdninger til dataindsamling er kendetegnet af ambivalens. På den ene side er det belejligt, at vores digitale tjenester kender os, og kan tilbyde relevant indhold. Omvendt er vi utrygge og bekymrede for det, vi ikke kan kontrollere eller gennemskue.

Måske er det derfor, vi stoler mere på offentlige end private tjenester, hvilket er en tydelig tendens i undersøgelsen. Selvom flere dataspejlsdeltagere giver udtryk for, at de frygter statens misbrug af data til overvågning af udsatte, kriminelle eller arbejdsløse borgere, er der i spørgeskemaundersøgelsen en markant større tryghed ved at dele data med offentlige myndigheder end med private virksomheder.

Undersøgelsen viser desuden, at de fleste fejlagtigt tror, at der er strammere regler for, hvad det offentlige må indsamle og bruge af data sammenlignet med private aktører, hvilket kan være en forklaring på trygheden ved førstnævnte.

Som figuren til højre viser, og som flere deltagere i dataspejlet bekræfter, er vi relativt ubekymrede for vores egen påvirkning fra målrettet indhold. Det ligner et paradoks: Vi er bekymrede for, hvad dataindsamling kan bruges til, men vi er mindre bekymrede for, hvad det kan have af betydning for os selv. Det kan skyldes, at vi tror, vi kan undgå annoncerens påvirkning, som et par af deltagerne også nævner. Det kan også hænge sammen med, at vi opfatter os

selv som en lille dråbe i havet, og at alvoren i eventuelle adfærdsændringer blandt brugere først er til at tage og føle på, når det gælder hele befolkningsgrupper.

Figur: Hvor bekymret er du for...



Det er et interessant forhold, at vi er bekymrede for, at befolkningens holdninger og adfærd bliver påvirket af målrettede annoncer, mens vi ikke er bekymrede for selv at blive påvirket. Således bliver vi formentlig mindre tilskyndede til at gøre foranstaltninger, der begrænser dataindsamling om os.

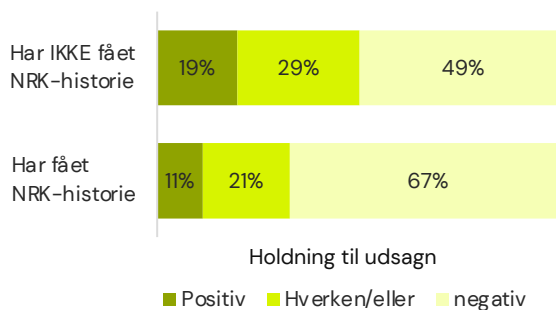
Hvilken betydning har vores viden for, hvad vi mener?

Der er ikke et entydigt sammenfald mellem respondenternes vidensniveau og deres holdninger og bekymringer omkring dataindsamling. Der er dog en tendens til, at dem med relativ stor selvvurderet viden om datadeling er mere positive over for videresalg af data og målrettet indhold end dem med mindre selvvurderet viden. Modsat er der en svag tendens til, at dem med stor viden er mere bekymrede. Det kunne se ud til, at større indsigt i dataindsamling både er forbundet med øget indblik i de positive sider og øget bekymring for de negative konsekvenser. Undersøgelsen understøtter den eksisterende forskning, der peger på, at man kan have modsatrettede holdninger om dataindsamling (Kennedy m.fl. 2020). Samtidig tyder de relativt svage sammenhænge på, at holdninger og bekymringer ikke nødvendigvis går hånd i hånd med viden.

I surveyen foretog vi et eksperiment for at komme ovenstående sammenhænge – eller manglen på samme – lidt nærmere. En tilfældigt udvalgt halvdel af respondenterne fik halvvejs i spørgeskemaet oplæst en opsummering af en artikelserie fra NRK, der beskrev et forsøg med at købe lokationsdata fra 140.000 norske telefoner og identificere personer og deres geografiske bevægelser. Eksperimentets hypotese var, at den udvalgte gruppe, der fik historien læst højt, ville blive mere kritiske over for dataindsamling, når de fik et konkret eksempel på, hvad der indsamles, og hvor tilgængeligt det er at købe for dem, der må interessere sig for det.

Resultatet viser, at der netop ses en større skepsis over for tjenestudbyderes videresalg af data som en forretningsmodel, og også en større bekymring ved, at forskellige apps registrerer, hvor folk befinder sig.

Figur: Mange apps tjener penge på at videresælge din data og kan derfor tilbyde gratis adgang til deres app



Generelt er respondenterne, der har fået oplæst historien fra NRK, mere bekymrede for den dataindsamling, der foretages, uden at de har mulighed for at kontrollere brugen af det.

Resultaterne indikerer derfor, at der kan være en tendens til, at øget information øger bekymringsniveauet hos befolkningen – i hvert fald så længe den information er præsent hos modtageren.

Det er dog også sandsynligt, at respondenterne ikke kun er påvirket af historiens informative værdi, men også af den affektive. Dels kan den øgede bekymring ses som et udtryk for at svare i overensstemmelse med, hvad man føler, man burde svare i kraft af historiens værdiladning (Alvesson 2012). Dels peger forskning på, at netop følelser har en vigtig rolle at spille for opfattelsen af og holdninger til data (Kennedy m.fl. 2020).

Således vil vi ikke foregive, at der er en simpel kausal sammenhæng mellem øget viden og bekymringer for dataindsamling. De forskellige forklaringsrammer bør testes og undersøges for at komme nærmere kausaliteten. Eksperimentet viser dog, at man godt kan forvente reaktioner i form af ændrede opfattelser, når man udsætter folk for historier om dataindsamling.

Hvad gør vi ved det?

Denne undersøgelse viser, at de fleste vælger at begrænse cookies, når de præsenteres for muligheden på en hjemmeside. Derudover findes der andre foranstaltninger til at begrænse dataindsamling, herunder valg af browsere og beskedtjenester, der har højere grad af privatlivsbeskyttelse. Disse anvendes af omkring en tredjedel af befolkningen.

Ifølge respondenterne selv er de foranstaltninger, de foretager, ikke nok. Over halvdelen svarer, at de føler, de burde gøre mere. Omfanget af bekymringer taget i betragtning kan det synes overraskende, at flere ikke tager privatlivsforanstaltninger i brug, og at eksempelvis under en femtedel svarer, at de læser licensbetingelserne grundigt igennem, inden de accepterer dem. I forskningen taler man om *privatlivs-paradokset* (Barth & Jong 2017).

Privatlivsparadokset må forstås ud fra, at vores indsats for at beskytte vores privatliv opvejes imod flere forskellige hensyn. For det første er det for mange besværligt og uoverskueligt at sætte sig for at begrænse dataindsamlingen. Licensaftalerne føles som at skulle igennem en hel telefonbog, som en af dataspejlsdeltagerne udtrykker det.



Derfor er det heller ikke overraskende, at to tredjedele i spørgeskemaundersøgelsen begrundede deres anvendelse af apps med, at de ikke kan overskue, hvordan de kan begrænse dataindsamlingen.

Samtidig hersker der stor tvivl om, hvorvidt de eksisterende muligheder reelt fritager os fra at blive overvåget. Kun 20 procent svarer, at de i høj eller nogen grad tror, at de kan styre, hvilke data der indsamles om dem, gennem f.eks. cookie- og privatlivsindstillinger. Hele 85 procent svarer, at de anvender apps og hjemmesider, fordi de alligevel ikke tror, at de reelt kan undgå dataindsamling om dem. Vi er med forskningslitteraturens begreb *digitalt resignerede* (Dencik, L. & Cable 2017).

Den digitale resignation træder sandsynligvis tydeligere frem ved, at vi ikke anser risiciene ved dataindsamling for truende. I hvert fald ikke tilstrækkeligt truende til, at vi kaster os ud i en mere aktiv indsats i det uoverskuelige terræn af privatlivsindstillinger og cookies eller nærmere undersøger, hvad vi faktisk deler med tjenesteudbydere, og hvad disse data anvendes til. Så hellere leve i lykkelig uvidenhed, som en af deltagerne i dataspejlet beskriver det.

Dataspejlet var med til at vise, at nogle af os i større eller mindre omfang lever i lykkelig uvidenhed. Både i forhold til hvilke data der indsamles, og hvilken forretningsmodel vores data indgår i, men også i forhold til vores afhængighed af digitale tjenester. Det samlede billede af f.eks. den ene deltagers tidsforbrug på det sociale medie TikTok illustrerede for hende, at det er tidsforbrug, hun på den ene side nyder og på den anden side gerne ville begrænse, så det ikke stjæler hendes opmærksomhed, når hun f.eks. er til undervisning på universitetet.

Indblik i forretningsmodeller bag virksomheder, der producerer videoindhold til børn, sætter dilemmaet på spidsen: Skal vi glæde os over, at der er skabt et digitalt børneunivers, som børn elsker og kan hygge sig med i timer? Eller bør vi forholde os kritiske over for, at dette indhold er udviklet gennem systematisk overvågning og test af børns adfærd, mens de ser det?

Den manglende tro på, at man som enkeltperson kan stille ret meget op imod dataindsamling, kan være en forklaring på, at størstedelen af respondenterne i undersøgelsen foretrækker mere lovgivning på området frem for at få større individuelt ansvar for at begrænse dataindsamlingen. Dette gælder uanset politisk standpunkt, selvom markant flere på den blå fløj foretrækker mere individuelt ansvar end på den røde fløj.

3

Litteratur

3

Algoritmer, Data og Demokrati (2021). Befolkningsundersøgelsen. <https://algoritmer.org/befolkningsundersogelse/konklusioner/>

Alvesson, Mats (2012). Rethinking interviews: New Metaphors for Interviews. London: SAGE publications Ltd.: s. 14.

Barth, S. & Jong, M. D. T. de. (2017). The privacy paradox: Investigating discrepancies between expressed privacy concerns and actual online behavior – A systematic literature review. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1038–1058. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.04.013>

Dencik, L., & Cable, J. (2017). Digital Citizenship and Surveillance| The Advent of Surveillance Realism: Public Opinion and Activist Responses to the Snowden Leaks. *International Journal of Communication*, 11(0), 19.

Incentive (2020). Danskernes brug af digitale platforme, rapport udført for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen. <https://www.kfst.dk/analyser/kfst/publikationer/dansk/2020/20201122-danskernes-brug-af-digitale-platforme/>

Kennedy, Helen; Oman, Susan; Taylor, Mark; Bates, Jo & Steedman, Robin (2020). Public understanding and perceptions of data practices: a review of existing research. <https://livingwithdata.org/project/wp-content/uploads/2020/05/living-with-data-2020-review-of-existing-research.pdf>

