Norsk Regnesentral
NORWEGIAN COMPUTING CENTER

Rapport

Nordmenn og deling av persondata

Resultater fra to nasjonale undersøkelser 2019

Rapportnr 1044

Forfattere Ingvar Tjøstheim og Maren Høibø

Dato 23.09.2019

© Copyright:
Norsk Regnesentral

978-82-539-0554-9

Tittel Nordmenn og deling av persondata

Rapportnummer 1044

Forfattere **Ingvar Tjøstheim og Maren Høibø og Maren Høibø**

Dato 23.09.2019

ISBN 978-82-539-0554-9

Emneord: Deling av persondata, personvern, nasjonale undersøkelser, refleksjonstesten CRT, phishing og misbruk av persondata, Facebook og Cambridge Analytica-skandalen

Målgruppe Allmennheten

Tilgjengelighet Åpen

Antall sider 166

Bildekreditering

© Copyright Norsk Regnesentral

Norsk Regnesentral

Norsk Regnesentral (NR)[1] er en privat, uavhengig stiftelse som utfører oppdragsforskning for bedrifter og det offentlige i det norske og internasjonale markedet. NR ble etablert i 1952 og har kontorer i Kristen Nygaards hus ved Universitetet i Oslo. NR er ledende i Norge innen utvalgte deler av informasjons- og kommunikasjonsteknologi. Innen IKT-området har NR innsatsområdene smarte informasjonssystemer, personvern, informasjonssikkerhet og e-inkludering. NR er et av Europas største miljøer innen anvendt statistisk-matematisk modellering og har et senter for forskningsdrevet innovasjon, Statistics for Innovation – (sfi)2, med finansiering fra Norges forskningsråd.

[1] Norsk Regnesentral, Gaustadalleen 23A, 0373 Oslo, www.nr.no

Forord

Vi ønsker å takke prosjektpartnerne og alle som har deltatt i dette prosjektet.

Oslo 23. september 2019

Ingvar Tjøstheim

Sammendrag

Denne rapporten sammenfatter resultater fra to nasjonale undersøkelser i prosjektet *Awareness Learning Tools for Data Sharing Everywhere* (ALerT), finansiert av Norges Forskningsråd. For å undersøke i hvilken grad deltakerne faktisk samtykker til å dele opplysninger spurte vi om vi kunne få tilgang til all den informasjon meningsmålingsfirmaet hadde om den enkelte. Dette for deretter å koble opplysningene med informasjon fra Facebook for å lage en digital profil. Dette er hovedfunnene:
* I den første undersøkelsen ga **26% samtykke.**
* I den andre undersøkelsen ga **17% samtykke.**

* Begge undersøkelsene er nasjonale befolkningsundersøkelser med deltakere i alderen 18-79 år i den første, og 16-69 år i den andre undersøkelsen. I Norge er det ca. 4 millioner i aldersgruppen 18-79 år, og ca. 3,7 millioner i aldersgruppen 16-69 år. Bruker vi disse tallene for antall personer får vi at 26% representerer ca. 1 million nordmenn og 17% ca. 600.000 nordmenn.

* Hvorfor var det færre som ga samtykke i den andre undersøkelsen? Spørsmålet om samtykke ble i den første undersøkelsen stilt etter noen spørsmål som **ikke** handlet om personvern, persondata og hvordan disse brukes. I den andre undersøkelsen benyttet vi motsatt tilnærming. Vi spurte mange spørsmål om deling om persondata og digitale profiler, og etter dette spørsmålet om samtykke til å få tilgang til data om den enkelte. Vi forventet derfor at færre ga samtykke i den andre undersøkelsen sammenliknet med den første.

* Undersøkelsene viser at de som tilhører gruppen *ga samtykke* i større grad enn de andre har opplevd **phishing**, **ID-tyveri** og **andre negative hendelser** slik som **deling av krenkende bilder eller videoer**.

* Vi benyttet **refleksjonstesten CRT**. Denne er laget for å teste om en person har en tendens til å velge det første en tenker på når en tar beslutninger. I begge undersøkelsen var andelene som ga samtykke høyere blant de som kan beskrives som intuitive målt ved CRT-testen.

* **Digitale profiler** forteller om en persons identitet. Et klart flertall la stor vekt på dette og at en skal bli spurt før digitale profiler lages. I begge undersøkelsene valgte et flertall ”det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler” som det alternativet de var mest enige i.

* Vi spurte om **Cambridge Analytica-skandalen** og delte deltakerne inn i grupper som fikk ulik informasjon om skandalen. Det å gi informasjon om skandalen, om ulovlige innsamling og bruk av persondata **påvirket ikke** hvordan deltakerne svarte. Svarene til de som fikk informasjon om skandalen tyder ikke på et disse ble mer bekymret for hvordan persondata kan misbrukes.

Innhold

Forord 5
Sammendrag 7
Innhold 9
Innledning 18
Deltakerne i de to undersøkelsene, alders- og utdanningsprofil 21
Hvis du sier ja til å dele data om deg selv, betyr det noe, og i tilfelle hva? 25
Deling av persondata – kjønn, alder og utdanning. 25
Utdanning 33
Hvor ofte brukes Facebook? 37
Deling av data med tredjeparter, digitale profiler og tilpassede tjenester 40
Om digitale profiler – hva er viktig? 51
Bør det, for tilbydere av tjenester, gjøres vanskeligere å lage digitale profiler? 61
Informasjon kan misbrukes, er tap av penger det mange er mest bekymret for? 68
Gjør en noe for å hindre deling av data og kunnskap om å beskytte sine data? 70
Skal tilbydere ha tilgang til kontaktlister? 84
Kjennskap til personvernlovgivningen 87
Negative konsekvenser ved deling av persondata 93
Misbruk av kredittkort eller debetkort 93
Identitetstyveri 98
Phishing, falske eposter og eposter som ber om opplysninger 106
Uønsket deling av bilder og videoer 114
Refleksjonstesten CRT 123
Cambridge Analytica-skandalen. 129
Påvirket informasjonen om Cambridge Analytica-skandalen deltakerne? 140
Maskinlæring og kunstig intelligens 146
Offentlige myndigheter og Facebook 152
Subsidieres elbiler? 156
Influensere 158
Oppsummering 164

Figurer -

Figur 1: Ga samtykke til å dele persondata og forskjellen mellom menn og kvinner. Undersøkelse 1. 26

Figur 2: Andel blant menn og kvinner som ga samtykke. Undersøkelse 1. 26

Figur 3: Ga samtykke til å dele persondata og forskjellen mellom menn og kvinner. Undersøkelse 2. 27

Figur 4: Andel blant menn og kvinner som ga samtykke. Undersøkelse 2. 28

Figur 5: Alder og samtykke til å dele persondata. Tre aldersgrupper. Undersøkelse 1. 29

Figur 6: Alder og samtykke til å dele persondata. Åtte aldersgrupper. Undersøkelse 1. 30

Figur 7: Alder og samtykke til å dele persondata. Tre aldersgrupper. Undersøkelse 2. 30

Figur 8: Alder og samtykke til å dele persondata. Åtte aldersgrupper. Undersøkelse 2. 31

Figur 9: Forskjeller mellom menn og kvinner i de ulike aldersgruppene. Undersøkelse 1. 32

Figur 10: Forskjeller mellom menn og kvinner i de ulike aldersgruppene. Undersøkelse 2. 33

Figur 11: Utdanning, 4 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 34

Figur 12: Utdanning, 3 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 34

Figur 13: Utdanning, 4 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 35

Figur 14: Utdanning, 5 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 35

Figur 15: Utdanning og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 36

Figur 16: Hvor ofte bruker du Facebook. Alder. Undersøkelse 1. 37

Figur 17: Hvor ofte brukes Facebook. Undersøkelse 1. 38

Figur 18: Alder og hvor ofte brukes Facebook. Undersøkelse 2. 39

Figur 19: Hvor ofte brukes Facebook? Undersøkelse 2. 40

Figur 20: Om å lage digitale profiler og tilgang til data. Aldersgrupper. Undersøkelse 1. 41

Figur 21: Om tilpassede tjenester til den enkelte bruker - aldersgrupper. Undersøkelse 2. 42

Figur 22: Om tilpassede tjenester til den enkelte bruker – tilbydere trenger data. Undersøkelse 1. 43

Figur 23: Om tilpassede tjenester til den enkelte bruker. Undersøkelse 2. 43

Figur 24: Samtykke og tilpassede tjenester til den enkelte bruker. Undersøkelse 1. 44

Figur 25: Samtykke og tilpassede tjenester til den enkelte bruker. Undersøkelse 2. 44

Figur 26: Hva mener du om at et firma deler informasjon om sine kunder eller brukere med et annet firma? Undersøkelse 1. 45

Figur 27: Hva mener du om at et firma deler informasjon om sine kunder eller brukere med et annet firma? Undersøkelse 2. 46

Figur 28: Om å dele informasjon med tredjeparter, og samtykke til deling av persondata. Undersøkelse 1. 47

Figur 29: Om å dele informasjon med tredjeparter, og samtykke til deling persondata. Undersøkelse 2. 48

Figur 30: Deling av informasjon med tredjeparter. Undersøkelse 1. 49

Figur 31: Deling av informasjon med tredjeparter. Undersøkelse 2. 50

Figur 32: Digitale profiler og rangering av alternativet ”lagres sikkert.” Undersøkelse 1. 52

Figur 33: Digitale profiler og rangering av alternativet ”jeg må informeres.” Undersøkelse 1. 53

Figur 34: Digitale profiler og rangering av alternativet ”informasjonen forteller om min identitet – jeg må først samtykke.” Undersøkelse 1. 54

Figur 35: Om digitale profiler. Hva er viktigst? Forskjeller mellom aldersgrupper. Undersøkelse 2. 55

Figur 36: Digitale profiler og svaralternativet ”det viktig er at informasjonen lagres sikkert.” Undersøkelse 1. 56

Figur 37: Digitale profiler og svaralternativet ”må informeres (jeg vet om) informasjonen er korrekt.” Undersøkelse 1. 57

Figur 38: Digitale profiler og svaralternativet; en digital profil forteller om min identitet – jeg må spørres og si ja. Undersøkelse 1. 58

Figur 39: Digitale profiler og de tre svaralternativene. Undersøkelse 2. 59

Figur 40: Digitale profiler og de tre alternativene. Er det forskjeller mellom de som ga samtykke til å dele persondata og de som ikke ga samtykke? Undersøkelse 2. 60

Figur 41: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 1. 62

Figur 42: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 2. 63

Figur 43: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 1. 64

Figur 44: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Sammenlikning, ga samtykke til og ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 65

Figur 45: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 2. 66

Figur 46: Om samtykke til å dele persondata, og ”Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler.” Undersøkelse 2. 67

Figur 47: Konsekvenser av misbruk av digitale profiler, de som ga samtykke sammenliknet med de som ikke ga samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 68

Figur 48: Konsekvenser av misbruk av digitale profiler. Sammenlikning, ga samtykke til og ga ikke samtykke til. Undersøkelse 2. 69

Figur 49: Konsekvenser av misbruk av digitale profiler. Undersøkelse 2. 70

Figur 50: Vet du hvordan du skal beskytte dine personlige data? Aldersgrupper. Undersøkelse 2. 71

Figur 51: Vet du hvordan du skal beskytte din egen datamaskin mot virus? Aldersgrupper. Undersøkelse 2. 71

Figur 52: Vet du hvordan du skal beskytte dine personlige data? Samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 72

Figur 53: Vet du hvordan du skal beskytte din datamaskin mot virus? Samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 73

Figur 54: Har du endret personverninnstillingene i din nettleser eller i en app for å hindre deling av personopplysninger? Undersøkelse 2. 74

Figur 55: Har du endret personverninnstilingene i din nettleser eller i en app for å hindre deling av personopplysninger. Sammenlikning, samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 75

Figur 56: Når du har brukt eller installert en app på din smarttelefon, har du endret innstillingen i appen for å begrense eller hindre deling av personlig data? Undersøkelse 2. 76

Figur 57: Endret personverninnstillingene i en app for å hindre deling av person-opplysninger. Sammenlikning, gir samtykke - gir ikke samtykke. Undersøkelse 2. 77

Figur 58: Har du endret innstillingen i apper for å begrense eller hindre deling av personlige data. Undersøkelse 2. 78

Figur 59: Har du noen gang oppgitt ikke korrekt eller falsk informasjon av personvernhensyn? Undersøkelse 2. 79

Figur 60: Har du oppgitt falsk informasjon. Sammenlikning, gir samtykke - gir ikke samtykke. Undersøkelse 2. 80

Figur 61: Forbrukerrådets undersøkelse 2015. 81

Figur 62: Har du valgt å ikke laste ned en app til din telefon fordi appen hadde som vilkår at du måtte gi tilgang til personopplysninger eller informasjon som du ikke ville dele? Undersøkelse 2. 81

Figur 63: Valgt å ikke laste ned app. Sammenlikning, ga samtykke - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 82

Figur 64: Valgt å ikke laste ned app. Sammenlikning, ga samtykke – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 83

Figur 65: En tilbyder av en app bør ha tilgang til din kontaktliste også for andre formål enn det som er nødvendig for at appen skal fungere. Undersøkelse 2 84

Figur 66: Bør en tilbyder av en app ha tilgang til din kontaktliste for andre formål. Undersøkelse 2. 85

Figur 67: Bør en tilbyder av en app ha tilgang til din kontaktliste for andre formål. Sammenlikning, ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 86

Figur 68: GDPR. Tre aldersgrupper. Hvor mange svarer at de har hørt om GDPR eller kjenner bestemmelser i GDPR. Undersøkelse 1. 87

Figur 69: GDPR. Aldersgrupper. Hvor mange svarer at de har hørt om GDPR eller kjenner bestemmelser i GDPR. Undersøkelse 2. 88

Figur 70: Kjennskap til GDPR. Sammenlikning, ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 90

Figur 71: GDPR. Kjennskap til GDPR. Sammenlikning, ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 91

Figur 72: GDPR. Samtykke og kjennskap til GDPR. Undersøkelse 1 92

Figur 73: Kjennskap til GDPR. Sammenlikning, ga samtykke - ga ikke samtykke. Undersøkelse 2 92

Figur 74: Misbruk av kreditt eller debetkort. Alder. Undersøkelse 1. 93

Figur 75: Misbruk av kreditt eller debetkort. Alder. Undersøkelse 2. 94

Figur 76: Har opplevd misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 95

Figur 77: Har opplevd misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 95

Figur 78: Misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 96

Figur 79: Misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 97

Figur 80: Identitetstyveri. Aldersgrupper. Undersøkelse 1. 98

Figur 81: Identitetstyveri. Aldersgrupper. Undersøkelse 2. 99

Figur 82: Identitetstyveri. Aldersgrupper. Undersøkelse 2. 100

Figur 83: Identitetstyveri. Sammenlikning, ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 101

Figur 84: Identitetstyveri. Sammenlikning, ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 102

Figur 85: Identitetstyveri og ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1. 103

Figur 86: Identitetstyveri og ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 103

Figur 87: Har du opplevd identitetstyveri og har du rapportert om hendelsen. Undersøkelse 2. 104

Figur 88: Har du opplevd identitetstyveri? Om en har rapportert om hendelsen, og samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 105

Figur 89: Falske eposter. Aldersgrupper. Undersøkelse 1. 106

Figur 90: Har du opplevd noen av de følgende sikkerhetsrelaterte problemer gjennom din bruk av internett for private formål de siste 12 måneder. Falske eposter. Undersøkelse 1. 107

Figur 91: Samtykke til – ikke samtykke til å dele persondata. Falske eposter. Undersøkelse 1. 108

Figur 92: Falske eposter. Samtykke til – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 108

Figur 93: Falske eposter og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 109

Figur 94: Vet hva phishing er? Undersøkelse 1. 110

Figur 95: Kjennskap til begrepet phishing. Utdannelse, fire grupper. Undersøkelse 2 111

Figur 96: Kjenner du til det engelske ordet phishing og hva dette dreier seg om? Aldersgrupper. Undersøkelse 2. 112

Figur 97: Har du blitt lurt av phishing til å oppgi informasjon? Ga samtykke - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 113

Figur 98: Ga samtykke - ga ikke samtykke til å dele persondata. Har du blitt lurt av phishing til å oppgi informasjon. Undersøkelse 2. 114

Figur 99: Har du noen gang opplevd at noen har lagt ut et bilde eller en video som du ikke ønsket skulle deles. Alder. Undersøkelse 2. 115

Figur 100: Har du noen gang opplevd at noen har lagt ut et bilde eller en video som du ikke ønsket skulle deles? Ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 116

Figur 101: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Har du noen gang opplevd at noen har lagt ut et bilde eller en video som du ikke ønsket skulle deles? Undersøkelse 2. 117

Figur 102: Har du selv delt krenkende bilder eller videoer? Aldersgrupper.Undersøkelse 2 118

Figur 103: Har delt krenkende bilder eller videoer av seg selv og, eller av andre. Alder og forskjeller mellom menn og kvinner. Undersøkelse 2. 119

Figur 104: Det er ikke alt som er lovlig å dele. Om å dele bilder eller videoer som er krenkende. Undersøkelse 2. 120

Figur 105: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Har delt krenkende bilder eller videoer av seg selv eller av andre? Undersøkelse 2. 121

Figur 106: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Har delt krenkende bilder eller videoer. Undersøkelse 2. 122

Figur 107: Utdannelse og antall rette svar på refleksjonstesten CRT. Undersøkelse 1. 124

Figur 108: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Refleksjonstesten CRT og antall rette svar. Undersøkelse 1..... 125

Figur 109: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Refleksjonstesten CRT. Aldersgruppen 18-69 år. Undersøkelse 1. 126

Figur 110: Utdannelse og antall rette svar på refleksjonstesten CRT. Undersøkelse 2. 127

Figur 111: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Refleksjonstesten CRT. Undersøkelse 2. 128

Figur 112: Kjennskap til Cambridge Analytica-skandalen og om dette har hatt betydning for bruken av Facebook. Ulike fremstillinger av skandalen. Undersøkelse 1. 132

Figur 113: Ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Ulike fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 1..... 133

Figur 114: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Ulike fremstillinger av Cambridge Analytica-skandalen. Spørsmålet ble ikke stilt til kontrollgruppen og derfor er N=886 og ikke 1340. Undersøkelse 1. 134

Figur 115: Kjennskap til CA-skandalen og bruk av Facebook. I undersøkelse 2 fikk alle gruppene spørsmålet om de kjente til skandalen, også kontrollgruppen. Undersøkelse 2..... 135

Figur 116: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Kjennskap til Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 2. 136

Figur 117: Ga samtykke – ikke samtykke til å dele persondata, og ulik fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 2 137

Figur 118: Cambridge Analytica-skandalen. Aldersgrupper. Kontrollgruppen fikk ikke dette spørsmålet. Undersøkelse 1. 138

Figur 119: Cambridge Analytica-skandalen. Aldersgrupper. Undersøkelse 2..... 139

Figur 120: Tilbydere trenger mest mulig data for å lære om meg. Spørsmålet ble stilt rett etter informasjonen om skandalen ble gitt. Undersøkelse 1. 140

Figur 121: Tilbydere skal ha rett til å dele informasjon med tredjeparter. Spørsmålet ble stilt rett etter informasjon om skandalen ble gitt. Undersøkelse 1. 141

Figur 123: Tilbydere skal ha rett til å dele informasjon med tredjeparter. Spørsmålet ble stilt rett etter informasjon om skandalen ble gitt. Undersøkelse 2 143

Figur 124: Bør det gjøres vanskeligere å lage digitale profiler. Gruppene fikk ulik informasjon, ulik fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 1. 144

Figur 125: Bør det gjøres vanskeligere å lage digitale profiler. Gruppene fikk ulik informasjon, ulik fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 2. 145

Figur 126: Makinlæring og kunstig intelligens. Hva synes du denne nye teknologien? Undersøkelse 1. 146

Figur 127: Makinlæring og kunstig intelligens. Hva synes du denne nye teknologien? Undersøkelse 2. 147

Figur 128: Maskinlæring og kunstig intelligens. Sammenlikning, de som ga samtykke og de som ikke ga samtykke. Undersøkelse 1. 148

Figur 129: Maskinlæring og kunstig intelligens. Sammenlikning, samtykke til – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 149

Figur 130: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til deling av persondata. Maskinlæring og kunstig intelligens. Undersøkelse 1 150

Figur 131: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til deling av persondata. Maskinlæring og kunstig intelligens. Undersøkelse 2 151

Figur 132: Det offentlige og Facebook. Forskjeller mellom grupper med ulike utdannelse. Undersøkelse 2. 153

Figur 133: Bør offentlige virksomheter bort fra Facebook? Sammenlikning, ga samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2. 154

Figur 134: Ga samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Bør offentlige virksomheter bort fra Facebook? Undersøkelse 2. 155

Figur 135: Om ordet subsidier. Subsidieres elbiler? Undersøkelse 2. 156

Figur 136: Har du eller har du planer om å kjøpe bil? Undersøkelse 2. 157

Figur 137: Sosiale media influensere. Alder. Undersøkelse 1. 158

Figur 138: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Følger du regelmessig noen sosiale media influensere online? Undersøkelse 1. 159

Figur 139: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1. 160

Figur 140: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1. 160

Figur 141: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1. 161

Figur 142: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1. 161

Figur 143: Hvilke temaer bli dekket av de sosiale media influensere du følger. Undersøkelse 1. 162

Figur 144: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1. 162

Figur 145: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1. 163

Innledning

I vårt digitale samfunn brukes persondata til mange formål. Persondata og personinformasjon er informasjon som kan knyttes til en person og som gjør at personen ikke er anonym for den som har tilgang til denne informasjonen. Ifølge Datatilsynet er personopplysninger alle opplysninger og vurderinger som kan knyttes til deg som enkeltperson. I denne rapporten bruker vi ordene persondata og personopplysninger om det samme.

Vi har gjennomført to undersøkelser i befolkningen med 1340 og 1405 deltakere[2]. Slike undersøkelser omtales ofte som meningsmålinger. Hva den enkelte som har deltatt i de to undersøkelsene legger i ordene persondata og personopplysninger kan vi ikke være helt sikre på, men for å bidra til en likere forståelse av disse ordene har vi noen ganger benyttet en innledning. Dette slik at deltakerne har det samme utgangspunktet, den samme informasjon når de svarer på spørsmålene.

I begge undersøkelsene delte vi deltakerne i grupper hvor den eneste forskjellen var en tekst om **Cambridge Analytica–skandalen**. Ved å dele deltakerne tilfeldig inn i grupper med ulike fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen kunne vi undersøke om de ulike fremstillingene av skandalen påvirket deltakerne. Cambridge Analytica-skandalen dreier seg om misbruk av innsamlede opplysninger til politisk påvirkning. Vi ønsket å undersøke om det har en effekt å fortelle om ulovlig innsamling og bruk (til å lage digitale profiler) av personopplysninger til politisk reklame. Cambridge Analytica-skandalen er en hendelse mange har hørt om, men det er ikke en hendelse som faktisk involverte nordmenn.

Det er viktig å spørre om hva enkeltpersoner mener om deling av persondata og bruk av disse. Enda viktigere er det å undersøke adferd, hva personer gjør. Derfor har vi i begge undersøkelsene benyttet en **samtykketest**. Det er viktig at en test som den vi gjennomførte, oppfattes som reell. Dette dreier seg blant annet om hva det spørres om å gi samtykke til. Deltakerne i de to undersøkelsene er forhåndsrekruttert. De er medlemmer av det en gjerne omtaler som et panel. Når en er medlem av et panel mottar man en epost med en URL, en link til en undersøkelse. De fleste panelmedlemmer har svart på en rekke undersøkelser. Disse svarene lagres i en eller flere databaser som markedsanalysefirmaet, den behandlingsansvarlige skal forvalte på en sikker måte. Samtidig er det slik at markedsanalysefirmaet har innsyn i hva det enkelte panelmedlem har svart – alle svarene ligger i en database hos den behandlingsansvarlige. En oppdragsgiver mottar kun svarene fra den undersøkelsen som gjennomføres for oppdragsgiveren, men setter en sammen svarene (opplysningene) for hvert

[2] Den første undersøkelsen ble gjennomført av IPSOS AS. Den andre ble gjennomført av Poll Stat AS, begge i 2019.

enkelt panelmedlem vil en kunne lage en detaljert profil for hver person. Hvis en i tillegg får tilgang til, og kobler informasjon om den enkelte fra Facebook, vil en få vite enda mer.

Et flertall i den norske befolkning er aktive Facebook-brukere. Vi gjennomførte en samtykke-test hvor vi nevnte Facebook,- I testen oppga vi at formålet med å be om tilgang til alle disse opplysningene var å lage en digital profil. Den som har en detaljert digital profil kan bruke informasjonen til å lage skreddersydd reklame, gjennomføre målrettet politisk påvirkning og på andre måter utnytte dataene. Er det etisk forsvarlig å be om alle disse dataene? Et markedsanalysefirma har i sin avtale med panelmedlemmene lovet å ikke dele eller videresende data fra andre undersøkelser enn den som paneldeltakeren i hvert enkelt tilfelle deltar i. Det var ikke aktuelt å be markedsanalysefirmaene som vi samarbeidet med å bryte denne avtalen. Vi avtalte derfor at vi som oppdragsgiver ikke skulle motta opplysninger fra andre undersøkelser, men at vi gjennomførte spørsmålet om samtykke som en test. Vi har derfor ikke mottatt data fra andre undersøkelser selv om det teknisk sett er mulig å hente ut informasjon om et individ og lage en fil som kobler data fra undersøkelser paneldeltaker tidligere har svart på.

Undersøkelsene inneholder både spørsmål og oppgaver som deltaker må besvare
Begge undersøkelsen inneholder spørsmål der en ble spurt om en var enig eller uenig i noe, for eksempel om en tilbyder av en app bør ha tilgang til din kontaktliste og hvor ofte en har opplevd noe, for eksempel misbruk av kredittkort. Noen av spørsmålene i undersøkelsene er de samme som SSB bruker, andre har vi selv brukt i tidligere undersøkelser og noen er laget spesielt for disse to undersøkelsene. Det som i størst grad skiller de to undersøkelsens fra andre undersøkelser er refleksjonstesten og spørsmålet om samtykke til data om deltakeren, data fra tidligere undersøkelser og fra Facebook. Refleksjonstesten, på engelsk, *the Cognitive Reflection Test* [3] er tre eller flere spørsmål hvor deltakeren må løse en form for IQ-oppgaver, matematikk-spørsmål. I den første undersøkelsen brukte vi ni CRT-oppgaver. De først av de ni er de opprinnelige tre. De seks neste oppgavene er laget fordi en del vil ha hørt svarene på de opprinnelige tre. I den andre undersøkelsen brukte vi de tre opprinnelige CRT-oppgavene.

I undersøkelser spør en gjerne om utdannelse. Dette fordi utdannelse ofte brukes som en forklaringsvariabel. For eksempel er det noen ganger slik at de med høyere utdanning gjør andre valg enn de med lavere utdanning. Det kan også være at de med høyere utdannelse i større grad enn andre leser aviser, leser lengre artikler eller nyhetssaker.

I undersøkelse om bruk av IT er det vanlig å spørre om hvor gode IKT-ferdigheter en selv mener at en har. Problemet med dette siste er at en del ikke har et realistisk bilde av sine faktiske ferdigheter. Det er for eksempel lett å svare *jeg vet hvordan jeg skal beskytte mine*

[3] https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/089533005775196732

data, men det er ikke nødvendigvis et godt samsvar mellom det en svarer, og faktiske ferdigheter. Innen personvernforskning er det mange som kjenner uttrykket personvernparadokset. Dette dreier seg om det ikke er et godt samsvar mellom holdningen *personvern er viktig for meg*, og adferd. Dette er en av grunnen til at vi benyttet samtykketesten og refleksjonstestet CRT.

Refleksjonstesten CRT har oppgaver som må løses. Vi spør ikke om deltakeren ser på seg selv som en person som vanligvis svarer det første som en kommer på, eller om en først tenker seg om og deretter svarer eller gjør sitt valg. I stedet bruker vi CRT-testen til å beskrive deltakeren som intuitiv eller reflekterende ut i fra antall feil eller riktige svar på testen. Vi får også informasjon om hvor lang tid en person bruker på CRT-oppgavene. Dette kan gi oss tilleggsinformasjon. For eksempel er det slik de som svarer feil i mange tilfeller bruker mye kortere tid på å svare sammenliknet med de som svarer riktig.

Cambridge Analytica-skandalen.
Mange kjenner Cambridge Analytica (CA)-skandalen fra media. I juli 2019 skrev NRK at de amerikanske forbrukervernmyndigheten FTC ga Facebook (pga. CA-skandalen) en bot på 5 milliarder dollar for personvernovertredelser. Denne dommen kom etter at FTC hadde gjennomført undersøkelser i Cambridge Analytica-skandalen. Vi gir her et kort sammendrag av skandalen. Følgende skjedde: Cambridge Analytica fikk kjøpe data om flere 10-talls millioner amerikanere. Dataene ble blant annet brukt til å lage et verktøy, en test-deg-selv app, også omtalt som en Global Science Research Quiz (GSR Quiz). Deltakerne som brukte denne appen ga samtykke til at dataene ble benyttet i en akademisk sammenheng, men de var ikke informert om at dataene skulle brukes av Cambridge Analytica og hva formålet med datainnsamlingen og analysene egentlig var. Det ble ikke informert om at informasjon om alle Facebook-vennene til den som brukte denne appen også ble samlet inn. Cambridge Analytica brukte dataene til å lage målrettet, persontilpasset reklame slik at flere skulle stemme republikansk. Nordmenn var ikke i målgruppen, men skandalen har fått medieomtale som gjør at mange i Norge kjenner til skandalen, ca. 2 av 3. Dette ifølge den andre undersøkelsen hvor 34% i kontrollgruppen svarte at de ikke kjente til hendelsen. Til de som var i kontrollgruppen fortalte vi ikke om skandalen, men vi spurt om de hadde hørt om eller kjente til skandalen.

Den første undersøkelsen hadde 1340 deltakere, den andre 1405. Når det i en figur står N=1340 betyr det at figuren er basert på svarene fra den første undersøkelsen, og når det står N=1405 refererer det til den andre undersøkelsen.

Det å dele deltakerne tilfeldig i grupper kan brukes til å se om den informasjon vi gir påvirker eller har betydning for det deltakerne svarer. I den første undersøkelsen delte vi de 1340 deltakerne i fire grupper med ca. 335 i hver gruppe; en kontrollgruppe (den fjerde gruppen) som ikke fikk spørsmål eller informasjon om skandalen. Den første gruppen omtaler vi som gruppen som fikk en nøytral tekst. Den andre gruppen fikk en negativ tekst. Etter den samme teksten

som gruppen en fikk la vi til ”*(dette) for å manipulere (enkeltpersoner) til å stemme på…”* Den tredje gruppen fikk en sterkere negativ tekst. Vi skrev ”*for å manipulere enkeltpersoner til å stemme på …” og ”Cambridge Analytica visste at det de gjorde var ulovlig*”.

I den andre undersøkelsen med 1405 respondenter delte vi deltakerne i tre grupper i stedet for fire grupper. Disse var en kontrollgruppe uten informasjon om skandalen (N=594), en gruppe med den sterkeste negative teksten fra undersøkelse 1 (N=403), og en gruppe med en enda mer negativt tekst (N=408). For gruppen med den enda mer negative teksten la vi til følgende: *”Facebook har betalt 20 dollar i måneden til personer helt ned til 13 år for å få tilgang til alt de gjør på sin smarttelefon, inklusiv privat kommunikasjon med andre. De som var en del av den private kommunikasjonen fikk ikke informasjon om at alt ble videresendt til FB.*”

Samtykketesten, adferd og holdninger

Prosjektet ALerT[4] dreier seg blant annet om å forstå hvorfor vi deler persondata og eventuelle konsekvenser av dette. Det er derfor viktig å bruke metoder som forteller oss om adferd. Ved å bruke samtykketesten og refleksjonstesten CRT kan vi analysere adferd og si noe om eventuelle kjennetegn ved de som har lett for å gi samtykke til å dele persondata. Vi får ikke denne informasjon hvis vi kun stiller spørsmål om hva en gjør for å beskytte sine data, hva en mener om digitale profiler og lignende. Samtidig er det viktig å spørre hva folk mener. Det er ikke sikkert våre antagelser om hva folk mener er riktige. For eksempel svarer 58% i den andre undersøkelsen at de bruker Facebook (FB) flere ganger om dagen, 17% svarer at de bruker FB ca. 1 gang per dag. Vi stilte også et spørsmål om det offentlige bør bort fra Facebook, slutte å kommunisere med innbyggerne via Facebook. Svarene viser at også blant de som bruker FB flere ganger per dag er det langt flere, 42%, som mener at digitaliseringsminister Nikolai Astrup bør igangsette en utflytting av det offentlige virksomheter fra Facebook enn de 24% som er uenig i at det offentlige bør bort fra Facebook. Noen argumenterer med at det offentlige må være på Facebook fordi folk er på Facebook. Dette er ikke nødvendigvis i samsvar med hva folk mener.

Deltakerne i de to undersøkelsene, alders- og utdanningsprofil

I forskningsprosjekter brukes ulike metoder og analyser for å frembringe ny kunnskap. Spørreundersøkelser er egnet til å undersøke hva folk mener, og noen ganger også hva folk gjør, deres adferd. SSB gjennomfører hvert år IKT-undersøkelser. Gjennom EØS-avtalen er Norge medlem av det europeiske statistiske system (ESS) som koordineres av Eurostat. Dette er EUs organ for statistikkproduksjon. Noen av spørsmålene i den årlige undersøkelsen “Bruk av IKT i husholdningene”[5] dreier seg om persondata og misbruk. SSB rapporterer tall fra disse

[4] https://www.nr.no/nb/projects/alert-awareness-learning-tools-data-sharing-everywhere

[5] https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/statistikker/ikthus/aar

undersøkelsene som norsk statistikk til Eurostat. Vi har valgt å bruke noen av de samme spørsmålene som SSB bruker, for eksempel om misbruk av data slik som phishing og ID-tyveri. På dette området kan det være vanskelig å lage god statistikk. Ikke alle er klar over at de er blitt lurt til å gi fra seg personopplysninger og derfor skal man være forsiktig med å tolke dataene til å anslå i hvor stort omfang dette skjer.

Når vi de vi ønsker å nå ved å gjennomføre en panelundersøkelse i stedet for å rekruttere slik SSB gjør? I begge undersøkelsene stiller vi noen av de samme spørsmålene som det SSB gjør, men en panelundersøkelse når ikke de som bruker Internett lite, eller ikke i det hele tatt. SSB trekker fra den sentrale befolkningsdatabasen et landsrepresentativt utvalg. I undersøkelsen *IKT i husholdningene* er brutto-utvalget 2 000 personer i alderen 16-79 år - se tabellene nedenfor. Det å bruke et panel er praktisk fordi vi henvender oss til personer som har sagt at de vil svare på undersøkelser. Samtidig er det en svakhet fordi vi har grunn til å anta at svakere grupper, mindre aktive og ressurssvake i vårt samfunn, er underrepresentert i panelene.

Vi ønsket blant annet å undersøke misbruk av persondata, identitetstyveri og phishing. SSB gjennomfører den norske undersøkelsen om ”Internet-Security” for Eurobarometer/Eurostat. I en tidligere Eurostat-undersøkelse[6] publisert i 2017 svarte 8% at de hadde opplevd identitets-tyveri. Intervjuer en 1000 i befolkningen får man ca. 80 som har opplevd dette. I følge undersøkelsen IKT i husholdningene 2019[7] svarte 2% at de hadde opplevd identitets-tyveri de siste 12 månedene. For våre to undersøkelsene hadde vi tallene fra 2017 som et utgangspunkt. Vi ønsket en undergruppe på ca.100 som hadde opplevd misbruk, for eksempel identitetstyveri. Vi valgte derfor å øke antallet respondenter i undersøkelsene fra 1000 til 1340 i den første undersøkelsen og 1405 deltakere i den andre undersøkelsen. Dette også fordi vi ønsket en inndeling i grupper med ulike fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen.

SSB gjennomfører undersøkelsen med personer i aldersgruppen 16-79 år. I den første undersøkelsen valgte vi aldersgruppen 18-79 år, og i den andre 16-69 år. For de to undersøkelsene oppgir vi antallet svar (inklusiv noe få som ikke svart på alle spørsmålene). Dette tilsvarer ”netto” i SSB sine undersøkelser.

---

[6] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/special-eurobarometer-europeans-attitudes-towards-cyber-security

[7] https://www.ssb.no/statbank/list/ikthus

SSB, 2018							
Alder:	16-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-79 år
Brutto: 2000	130	350	348	360	334	281	197
Netto: 1032	63	167	152	167	190	160	112
	6%	17%	15%	17%	19%	16%	11%
SSB, 2019							
Brutto: 2000	126	354	351	361	333	279	196
Netto: 1011	53	189	152	188	182	172	118
	5%	14%	15%	18%	18%	17%	11%

NR (IPSOS AS), januar 2019							
Alder:	18-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-79 år
Antall svar	21	200	250	248	239	190	191
	2%	15%	19%	18%	18%	14%	14%
NR (Poll Stat AS) , mars 2019							
	16-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	
Antall svar	108	295	223	253	274	252	
	8%	21%	16%	18%	20%	18%	-

Tabell 1 Deltakerne i de to undersøkelsene og SSB sin undersøkelse IKT i husholdningene - alder

SSB, 2018				
Utdannelse:	Ikke oppgitt	Ungdomsskole	Videregående skole	Universitet/høgskole
Brutto utvalg	166	354	697	648
Netto utvalg	53	148	359	431
	5%	14%	35%	42%
SSB, 2019				
Brutto utvalg				
Netto utvalg	43	183	357	428
	4%	18%	35%	42%

NR (IPSOS AS), 2019				
Utdannelse:	Uoppgitt	Ungdomsskole	Videregående skole	Universitet/høgskole
Antall svar	-	116	439	785
	-	9%	33%	**58%**
NR (Polls Stat AS), 2019				
Utdannelse:	Uoppgitt	Ungdomsskole	Videregående skole	Universitet/høgskole
Antall svar	-	246	499	660
	-	17%	36%	47%

Tabell 2 Deltakerne i de to undersøkelsene og SSB sin undersøkelse IKT i husholdningene - utdannelse

En sammenlikning med SSB viser at den første undersøkelsen har flere med høy utdannelse enn det de to SSB-undersøkelsene har. Denne undersøkelsen har få i aldersgruppen 18-19 år. Den andre undersøkelsen er mer lik de to SSB-undersøkelsene, men i denne undersøkelsen rekrutterte vi ingen i aldersgruppen 70-79 år. Det er vanskeligere å få unge til å svare sammenliknet med eldre aldersgrupper. Vi valgte derfor, i den andre undersøkelsen å gå ned fra 18 til 16 år.

SSB rekrutterer blant alle, også de som ikke bruker internett fra verken PC, smarttelefon eller andre plattformer. I de to undersøkelsen rekrutterte vi fra to Internett-panel. Vi vil følgelig få høyere prosenttall for eksempel for hvor mange som har opplevd identitetstyveri, misbruk av kredittkort og lignende. Internett-panel er i mindre grad egnet til å nå de som er 70 år å eldre sammenliknet med de yngre.

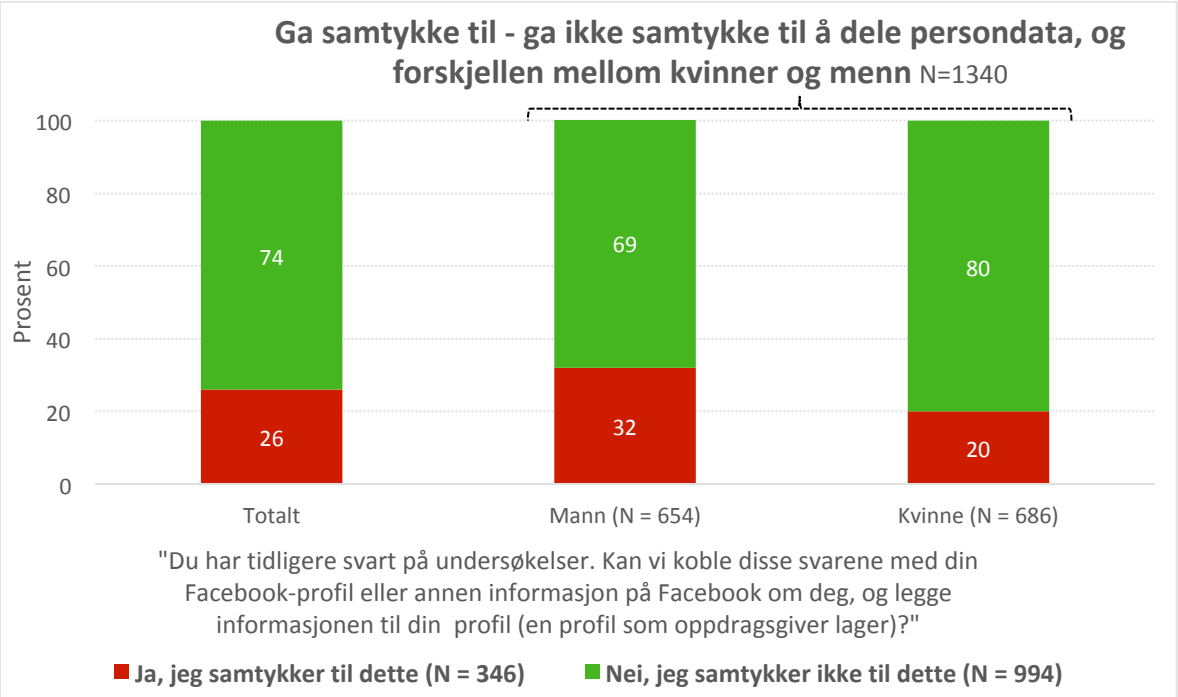
Hvis du sier ja til å dele data om deg selv, betyr det noe, og i tilfelle hva?

I vårt digitale samfunn må vi dele persondata for å kunne bruke tjenester. Noen ganger kan en begrense delingen av persondata – vi kan gjøre endringer i innstillingene til en app for å hindre deling. Det er en viktig forskjell på det å gi samtykke til innsamling og bruk av data til en tjeneste for et bestemt formål, og til det at alt en gjør digitalt deles eller overvåkes.

Hvordan, og i hvilken sammenheng spørsmål om samtykke stilles, kan påvirke om man sier nei eller ja til å gi samtykke. Derfor er spørsmålet om samtykke stilt på ulike steder, og i ulike sammenhenger i de to undersøkelsene. I den første undersøkelsen var det ingen spørsmål om persondata og /eller personvern før spørsmålet om samtykke til å dele persondata. Spørsmålet kom dessuten tidlig i undersøkelsen. I den andre undersøkelsen ble spørsmålet stilt etter en rekke spørsmål som dreiet seg persondata, dette for å få frem om flere er mer tilbakeholdne med å dele data når vi først stilte mange spørsmål om personvern. Vi valgte med andre ord to ulike tilnærminger i de to undersøkelsene. I den første undersøkelsen ønsket vi at respondentene ikke skulle tenke på dette temaet før spørsmålet om samtykke til å dele persondata ble stilt. I den andre undersøkelsen stilte vi en rekke spørsmål om dette temaet før spørsmålet om samtykke til dele persondata. Ikke alltid, men noen ganger påvirkes vi at spørsmålene som blir stilt. Dette dreier seg både om å svare det man bør svare, og det at man tenker mer på problemstillingen når det stilles flere spørsmål om ett og samme tema. I den første undersøkelsen ga 26 prosent samtykke til en meget vidtrekkende bruk av deres data, se figur 1. I den andre undersøkelsen ga 17 prosent samtykke, se figur 3. Vi forventet et noe lavere prosenttall i den andre undersøkelsen sammenliknet med den første. Som nevnt er undersøkelsene gjennomført blant nordmenn generelt. Befolkningen 18 – 79 år er ca. 4 millioner og 26% betyr ca. 1 million nordmenn.

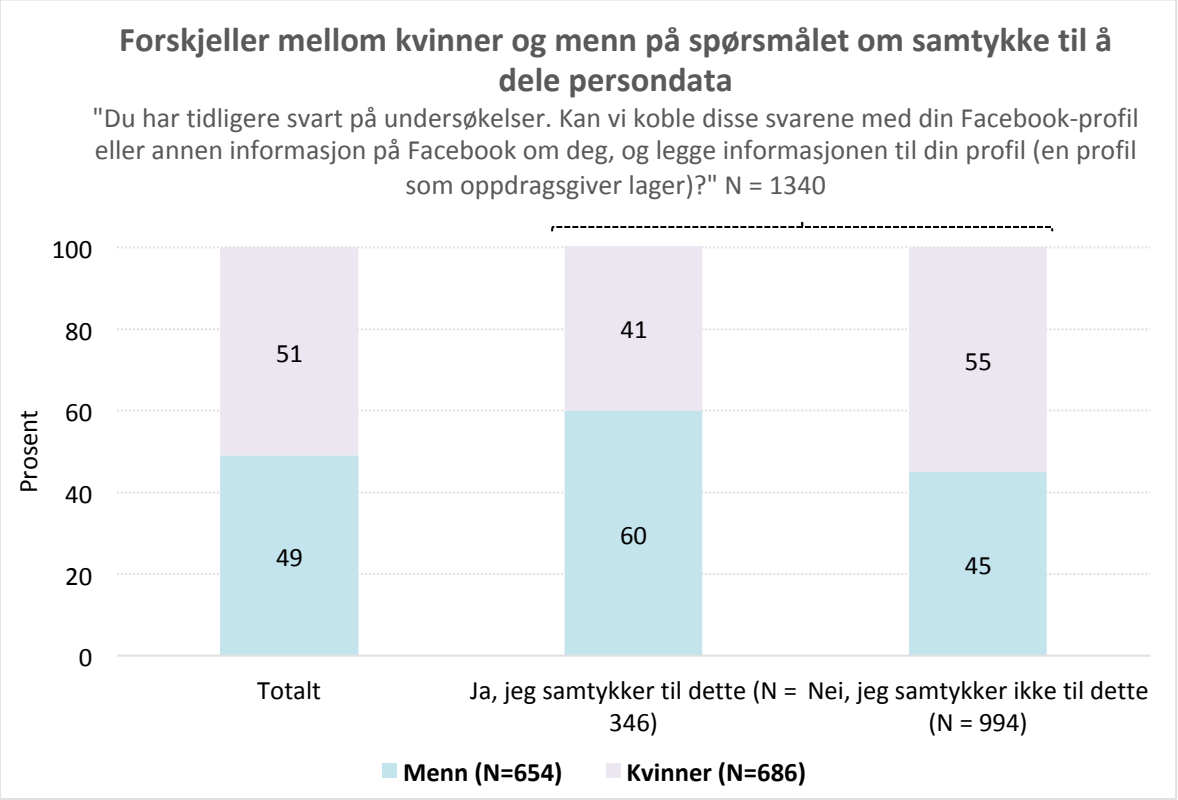
Deling av persondata – kjønn, alder og utdanning.

Figur 1 og 3 viser at 26% ga samtykke i den første undersøkelsen, og 17% i den andre undersøkelsen. Det er en forskjell mellom menn og kvinner. Andelen menn som ga i samtykke var 32% og 23%, sammenliknet med 20% og 11% for kvinner.



Figur 1: Ga samtykke til å dele persondata og forskjellen mellom menn og kvinner. Undersøkelse 1.

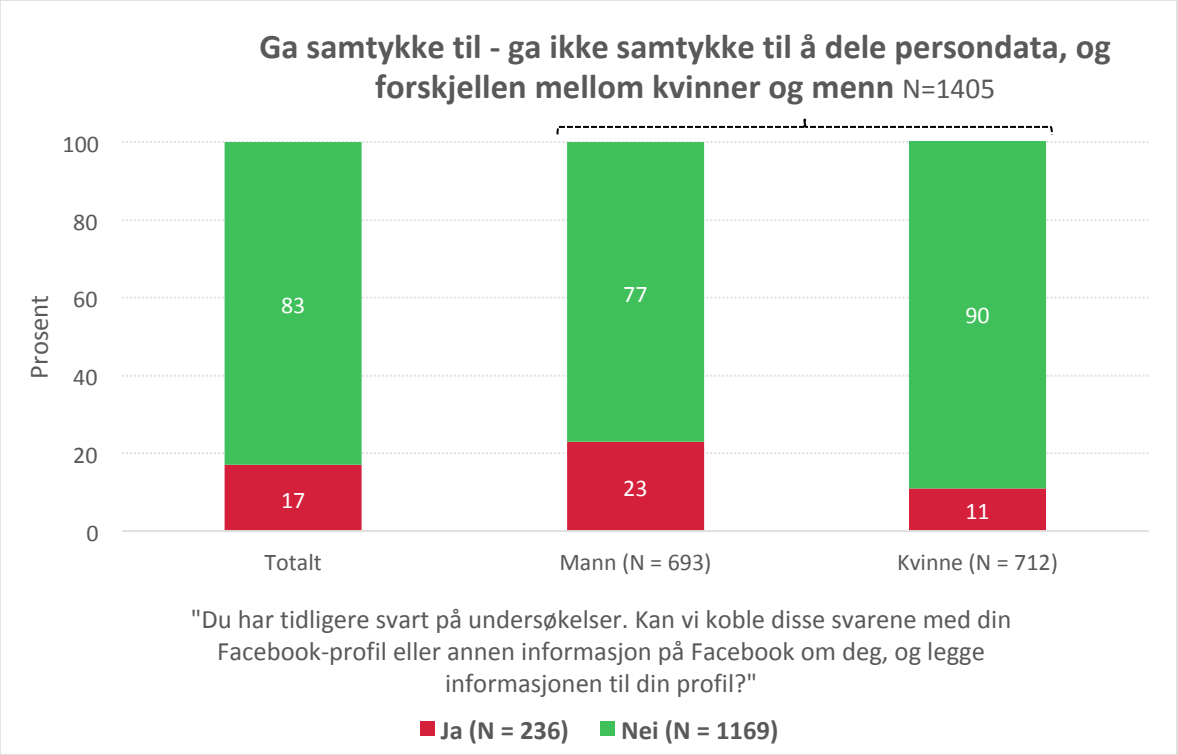
Figurene 2 og 4 viser at det var ca. 50% kvinner og 50% menn i begge undersøkelsene – se første kolonne med tittel ”Totalt”. Dette kan en også se av tallene N i parentes i Figur 1 og 3. N er basen, dvs. antallet som svarte på spørsmålet.



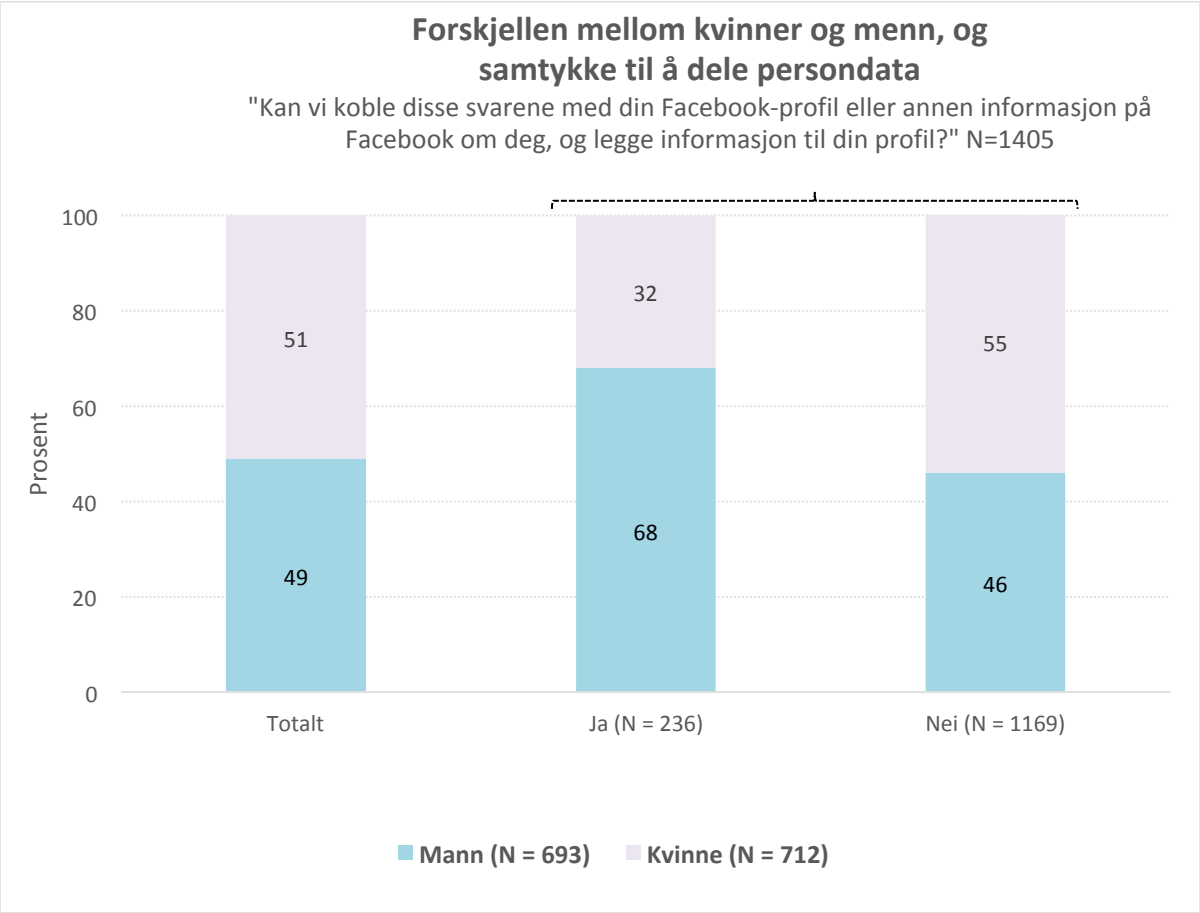
Figur 2: Andel blant menn og kvinner som ga samtykke. Undersøkelse 1.

Vi har i mange av figurene i rapporten benyttet denne inndelingen samtykke/ikke samtykke til å dele persondata. Dette er hovedtemaet i rapporten. Den første søylen i figurene refererer alltid til den øverste linjen i overskriften. Når denne dreier seg om samtykke til – ikke samtykke til, brukes fargene rød for samtykke og grønn for ikke samtykke.

Figur 2 viser det samme som figur 1, men med kjønn som utgangspunkt. I begge undersøkelsene er det 49 prosent menn og 51 prosent kvinner, dvs. ca. like mange av hvert kjønn. Figur 2 viser at andel menn som ga samtykke var større enn andelen kvinner (60% - 41%) i undersøkelse 1. Figur 4 viser for undersøkelse 2, en enda klarere overvekt av menn (68%-32%).



Figur 3: Ga samtykke til å dele persondata og forskjellen mellom menn og kvinner. Undersøkelse 2.

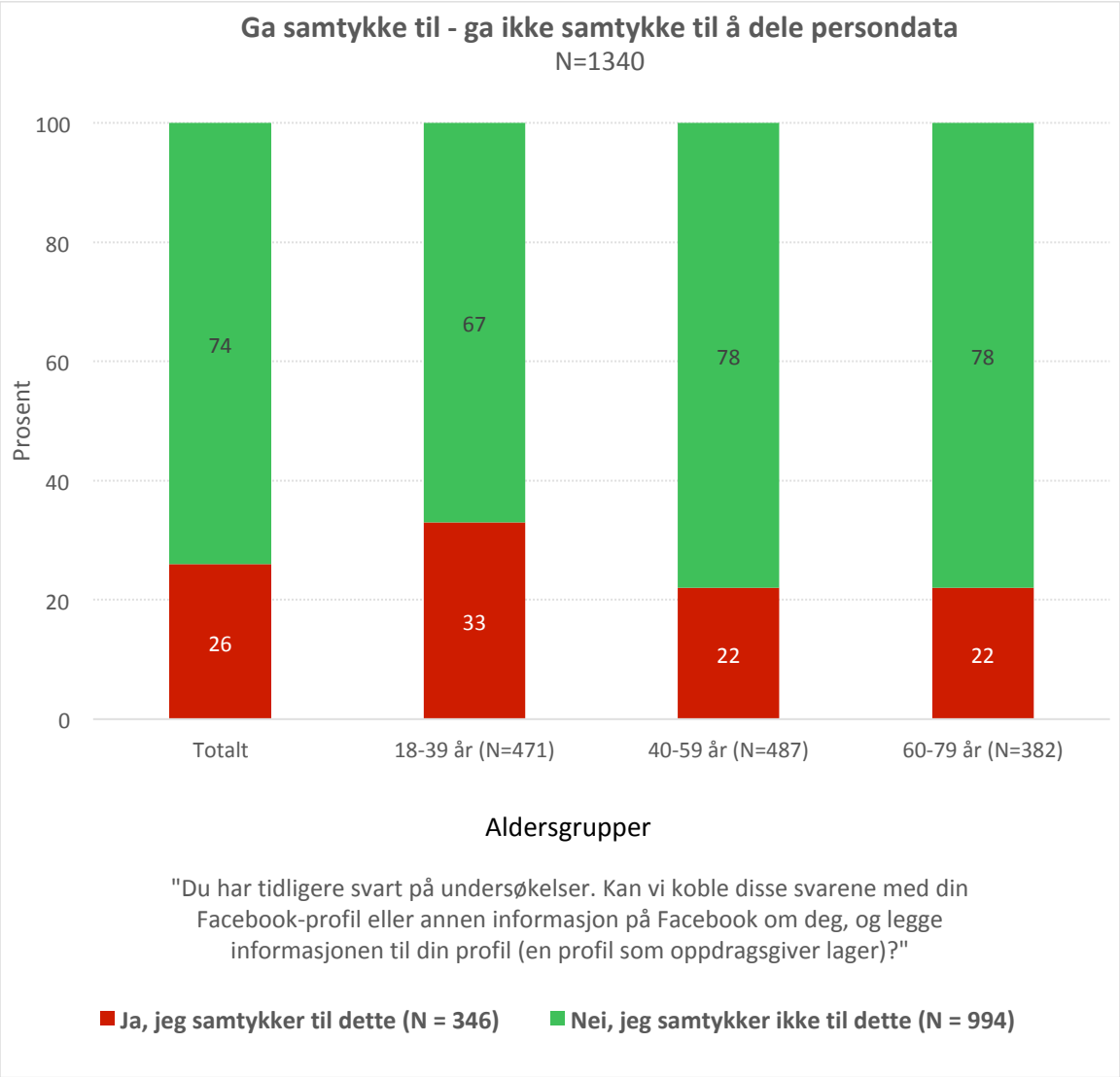


Figur 4: Andel blant menn og kvinner som ga samtykke. Undersøkelse 2.

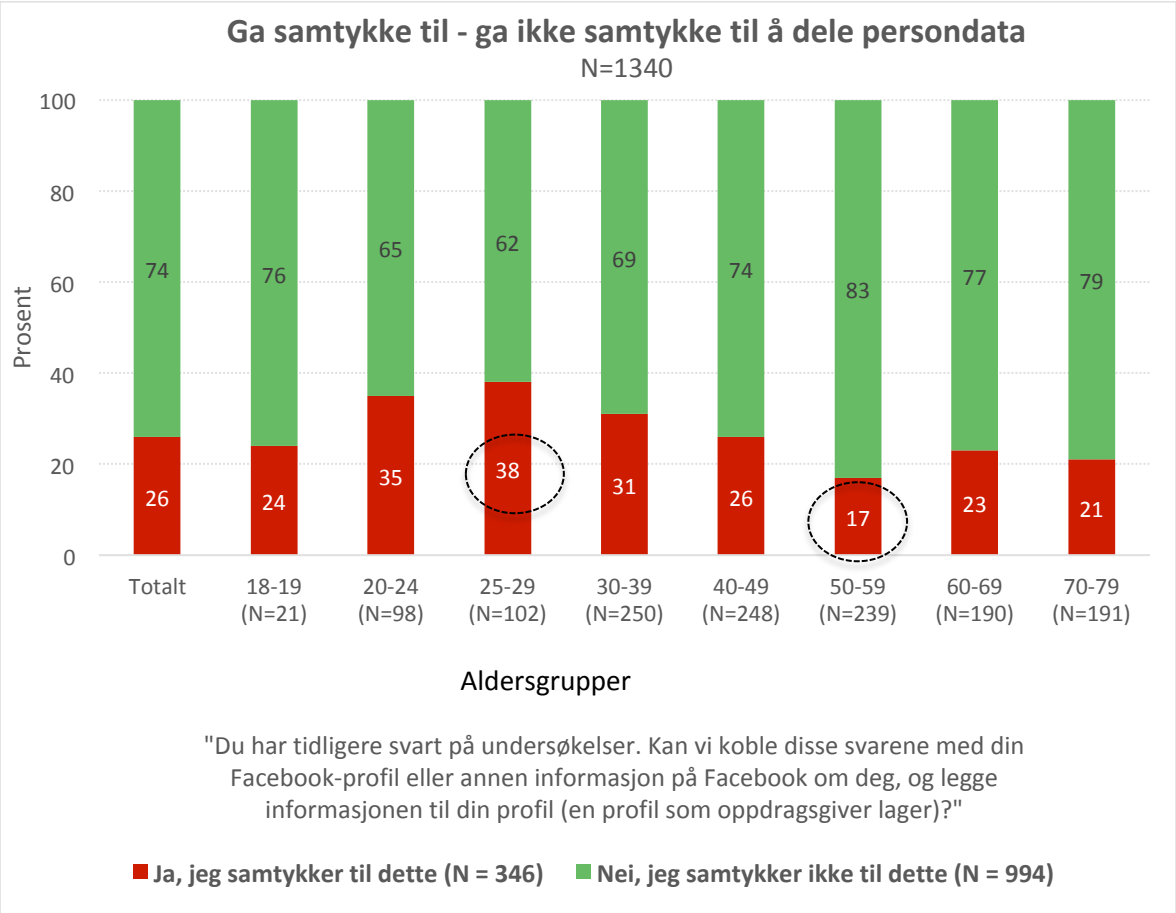
Undersøkelsene tyder på at kvinner er mer forsiktige eller tenker seg bedre om enn menn. Det var færre kvinner som ga samtykke enn menn, men også for kvinner kunne andelen vært lavere.

Det er forskjeller mellom aldersgruppene. Figurene 5 og 6 viser spørsmålet om samtykke, og de ulike aldersgruppen for undersøkelse 1. Vi viser forskjellige aldersinndelinger. Figurene 7 og 8 viser aldersgrupper i den andre undersøkelsen.

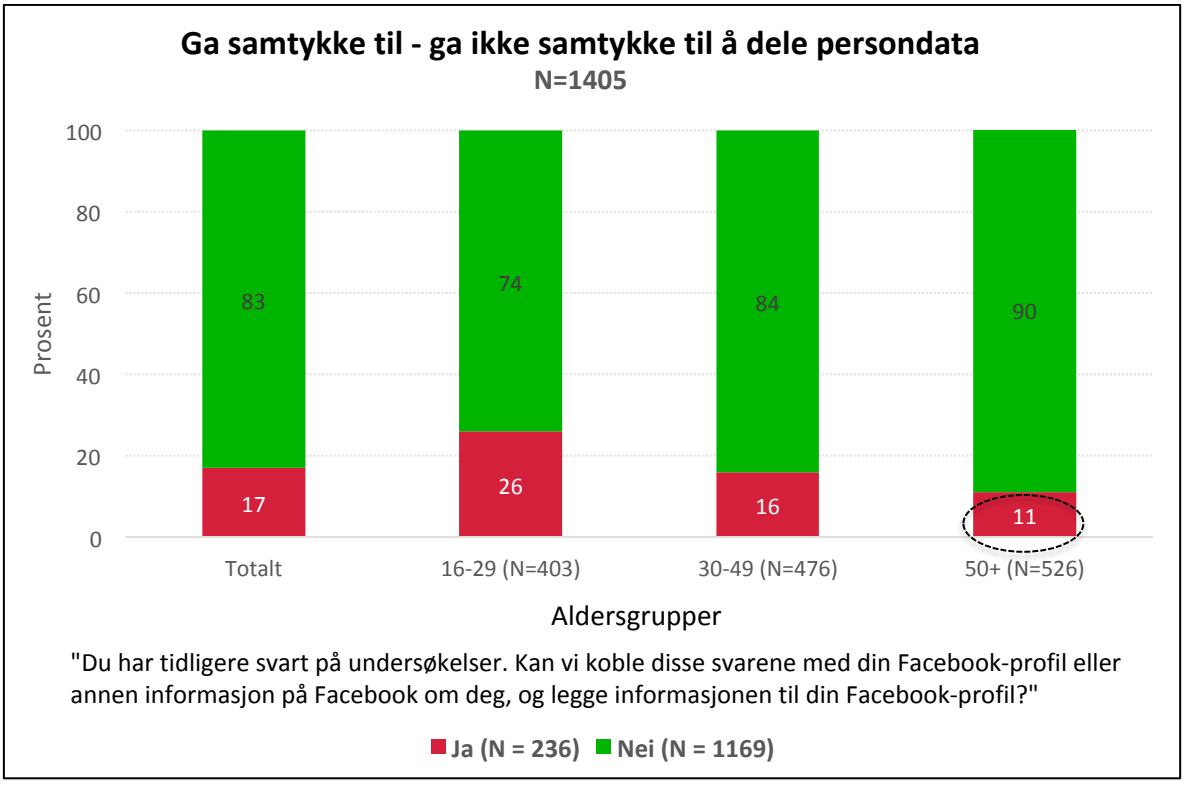
På spørsmålet om samtykke er det er forskjeller mellom aldersgruppene. I den første undersøkelsen er det aldersgruppen 25-29 år som har høyest andel som ga samtykke med 38%. I den andre undersøkelsen er det aldersgruppen 20-24 år som har den høyeste andel som ga samtykke. De som var minst villige til å dele persondata var aldersgruppen 50-59 år (17%) i den først undersøkelsen, og 60-69 år i den andre undersøkelsen (8%).



Figur 5: Alder og samtykke til å dele persondata. Tre aldersgrupper. Undersøkelse 1.



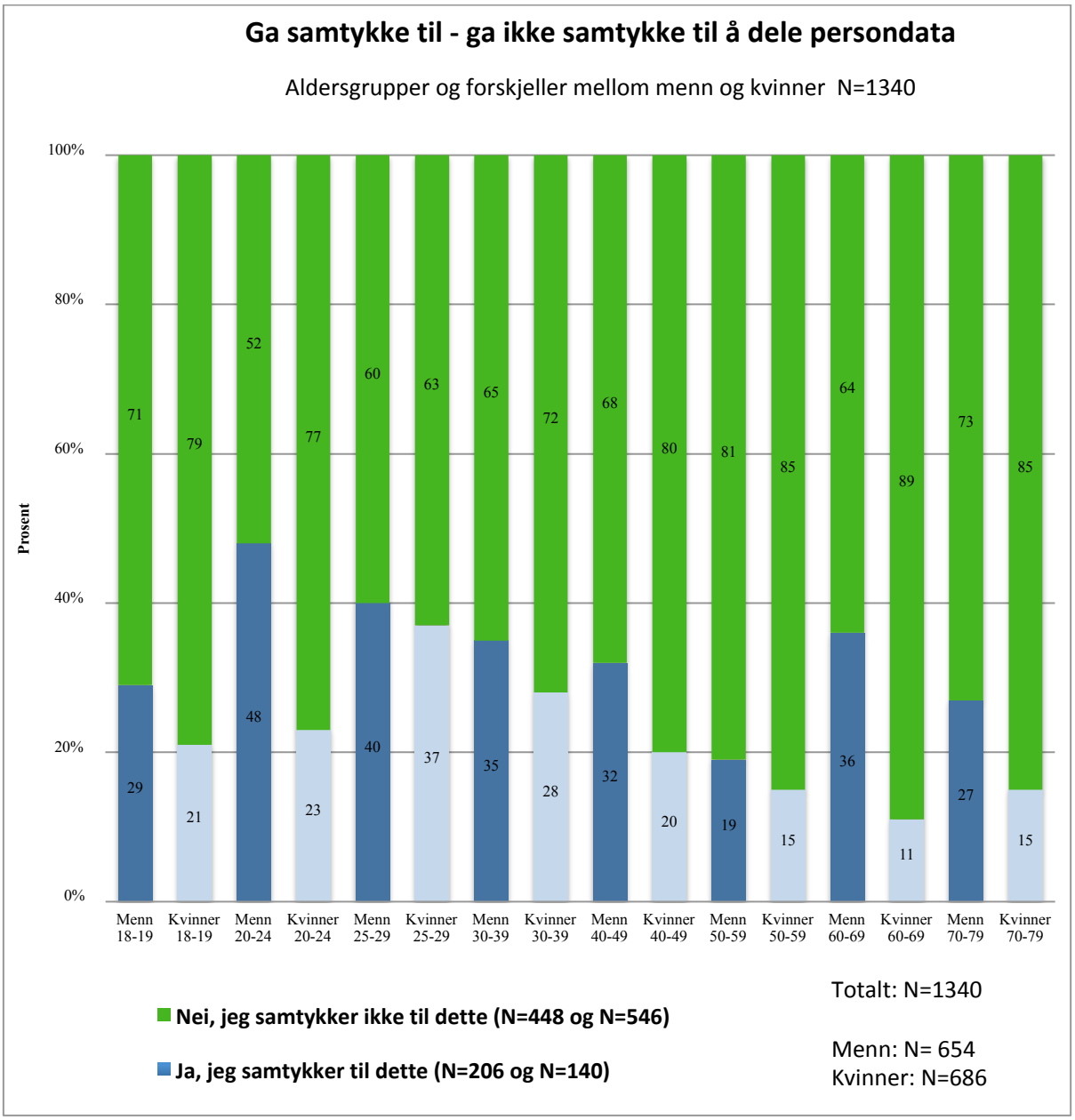
Figur 6: Alder og samtykke til å dele persondata. Åtte aldersgrupper. Undersøkelse 1.



Figur 7: Alder og samtykke til å dele persondata. Tre aldersgrupper. Undersøkelse 2.

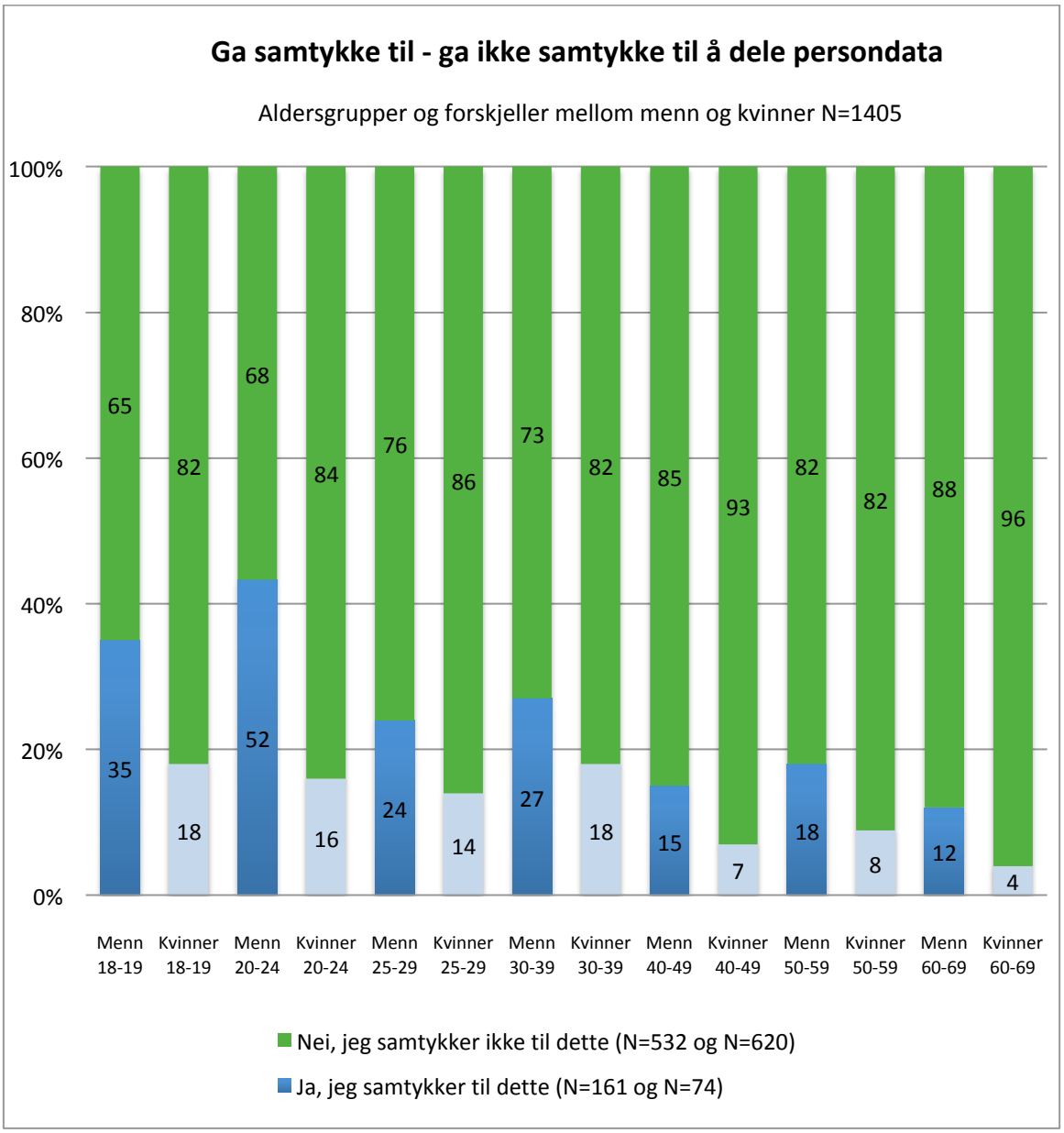
Figur 8: Alder og samtykke til å dele persondata. Åtte aldersgrupper. Undersøkelse 2.

I de neste figurene, figur 9 og 10 har vi delt inn i aldersgrupper og kjønn.



Figur 9: Forskjeller mellom menn og kvinner i de ulike aldersgruppene. Undersøkelse 1.

For mange av aldersgruppene er forskjellen mellom menn og kvinner 10% eller mer når vi spør om samtykke. Kvinner er mer tilbakeholdne med å gi samtykke til at dataene kan brukes til å lage en profil. Den aldersgruppen med høyest prosentandel samtykke er menn i alderen 20-24. I denne aldersgruppen ga halvparten samtykke. Dette er et urovekkende høyt tall.

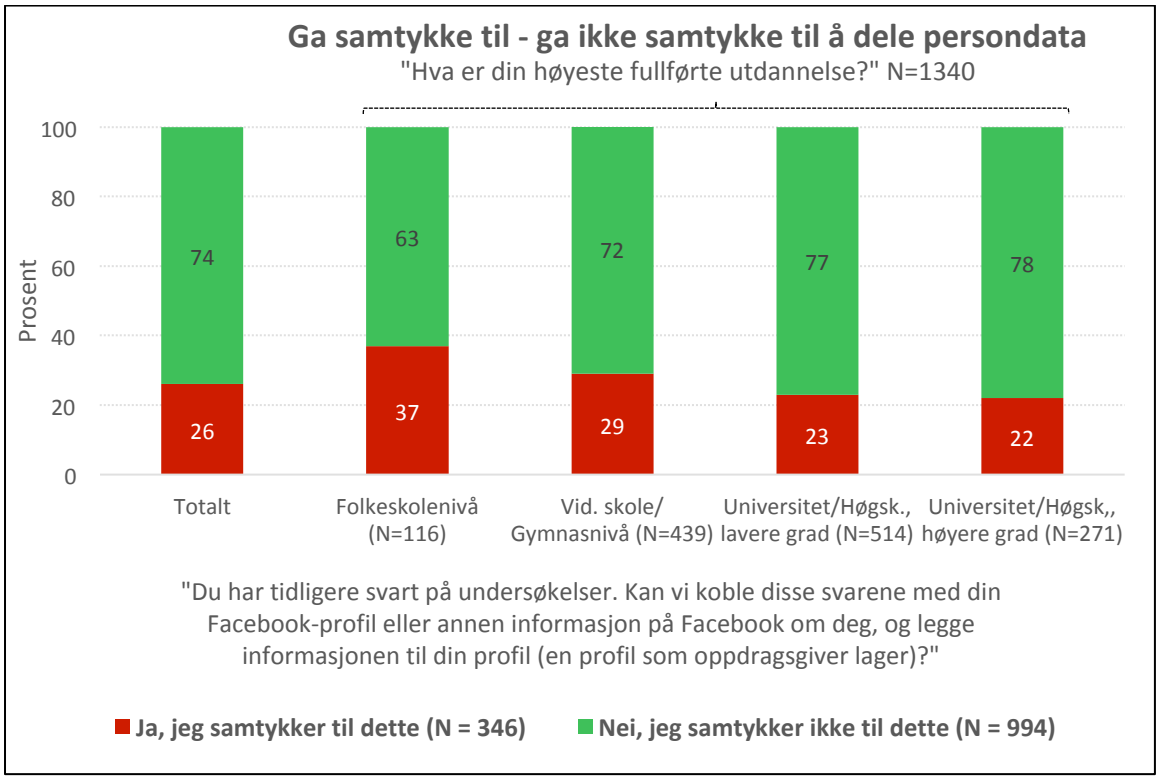


Figur 10: Forskjeller mellom menn og kvinner i de ulike aldersgruppene. Undersøkelse 2.

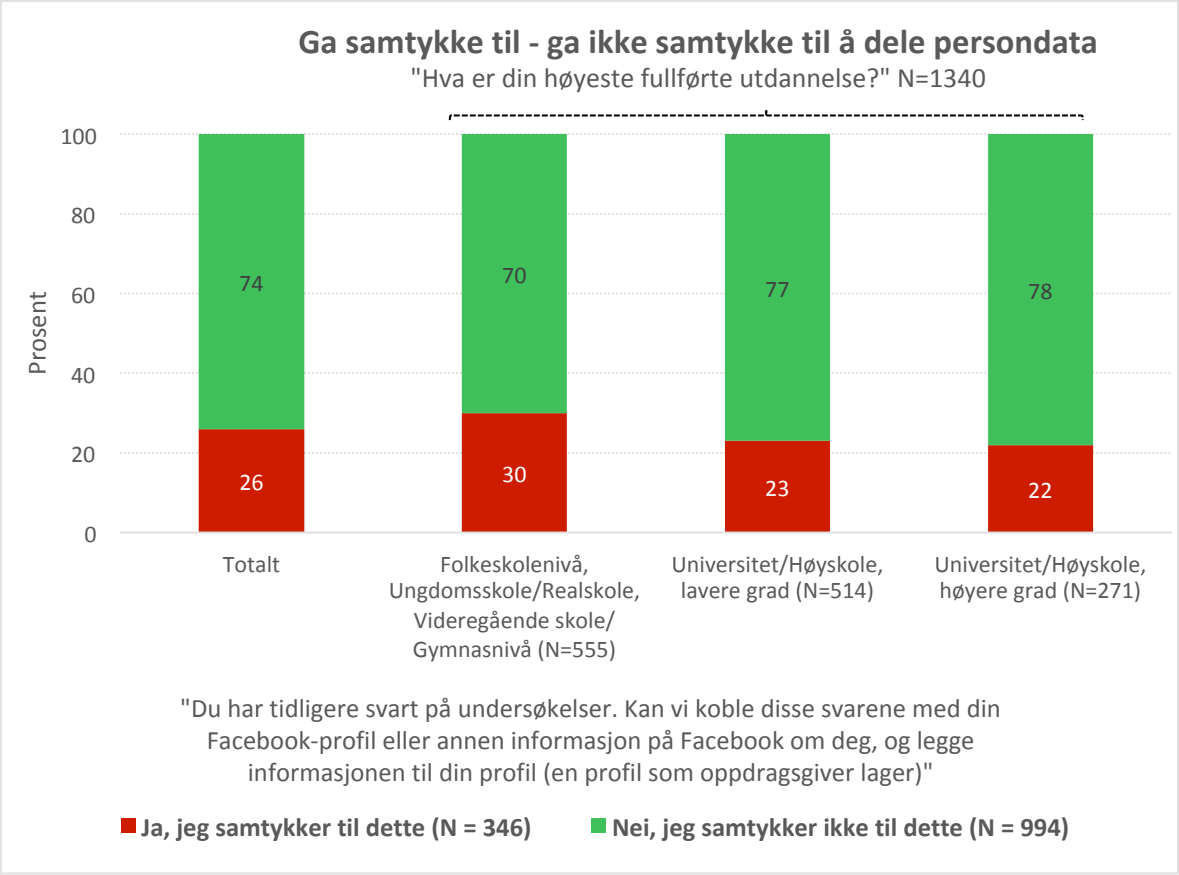
Også i den andre undersøkelsen var det svært mange i aldersgruppen menn 20-24 år som ga samtykke, hele 52%.

Utdanning

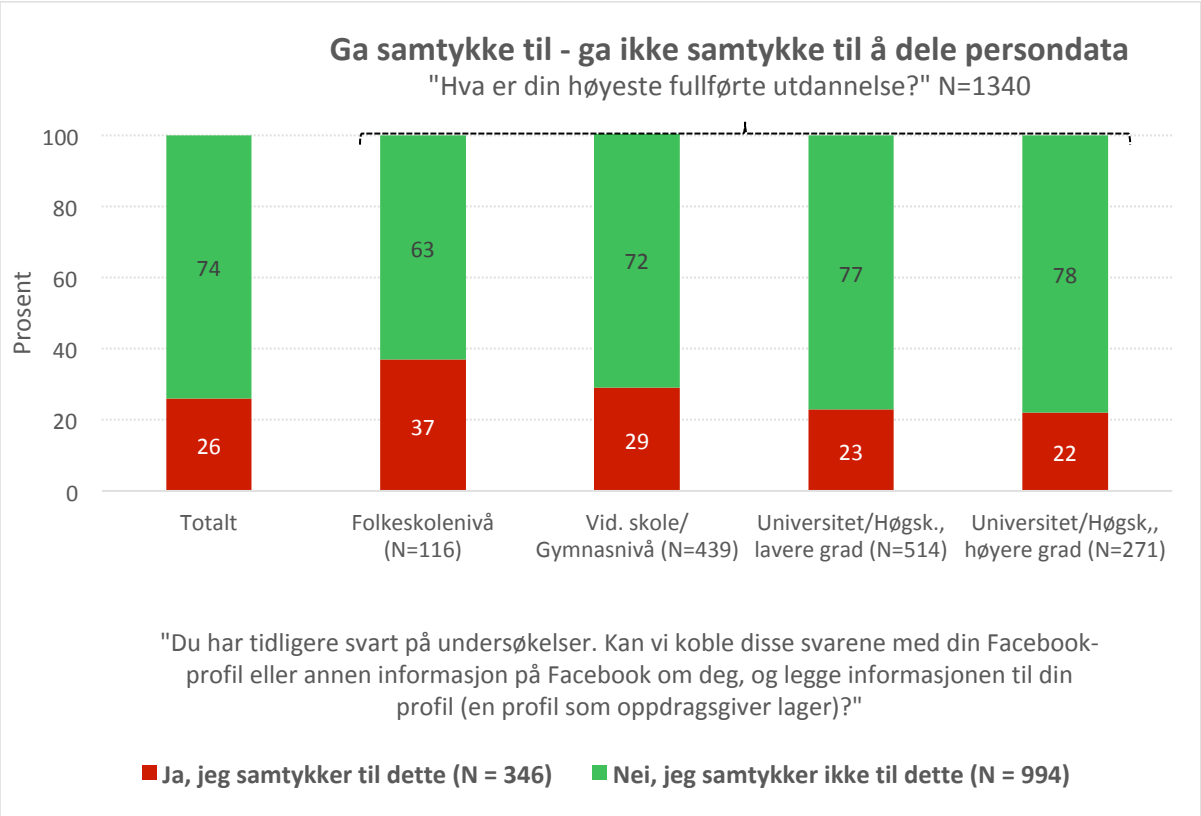
De neste figurene (11-15) viser spørsmålet om samtykke etter utdanning. Vi forventet at de med høyest utdanning var de med lavest andel som ga samtykke.



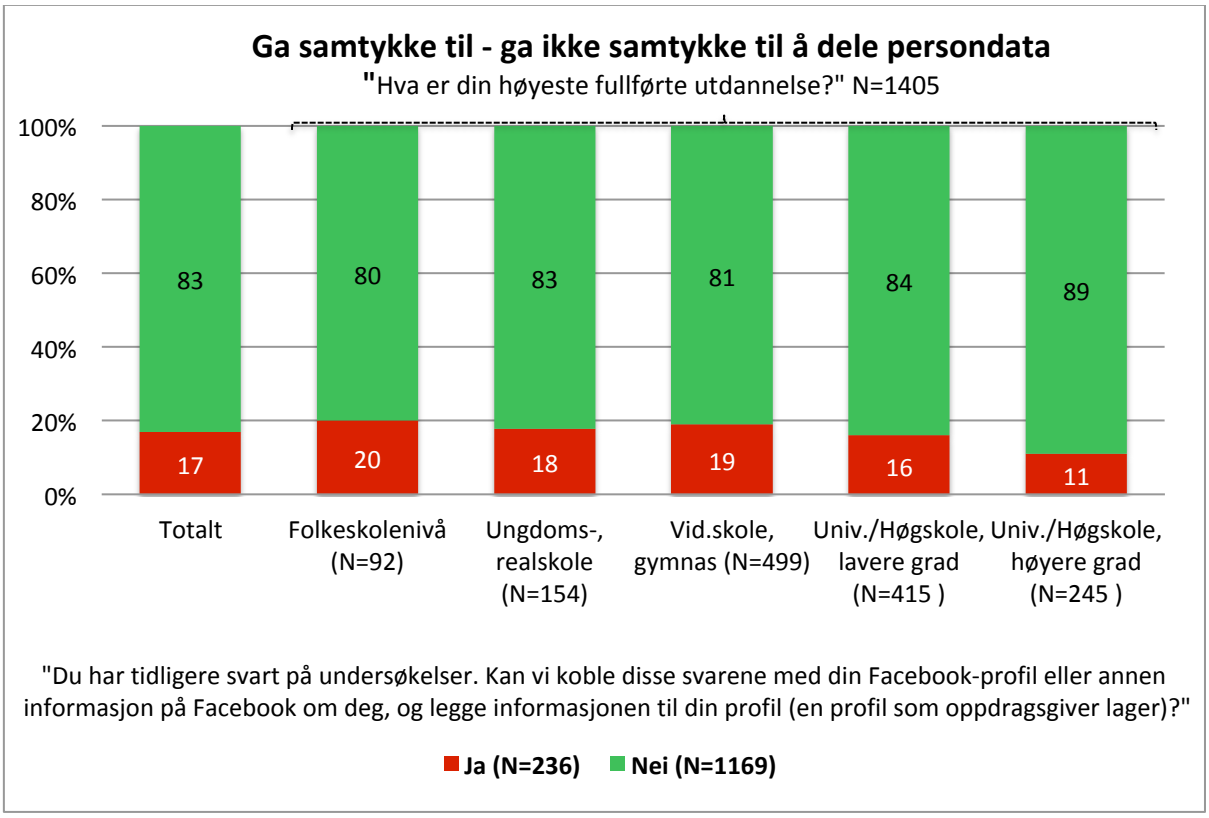
Figur 11: Utdanning, 4 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.



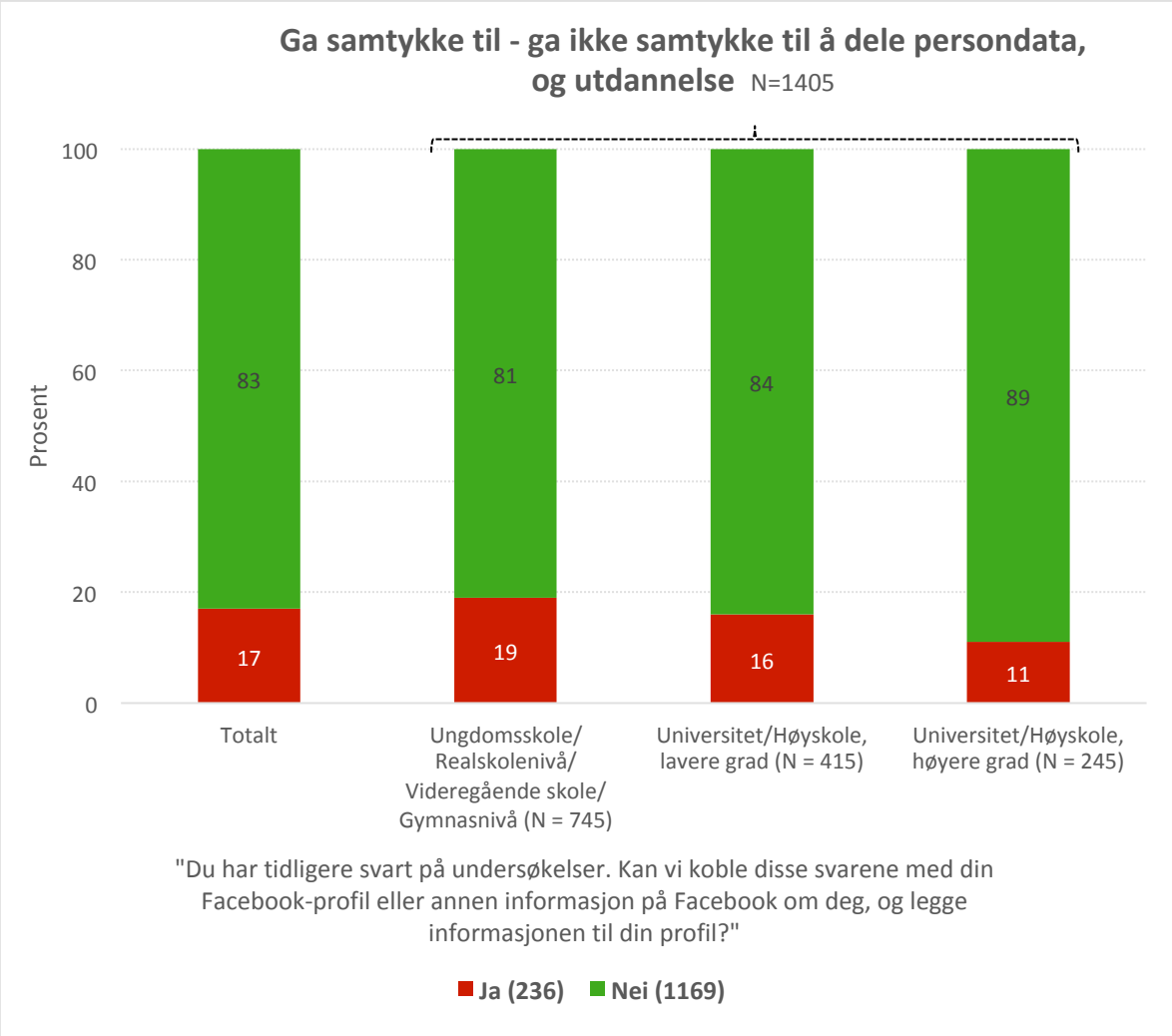
Figur 12: Utdanning, 3 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.



Figur 13: Utdanning, 4 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.



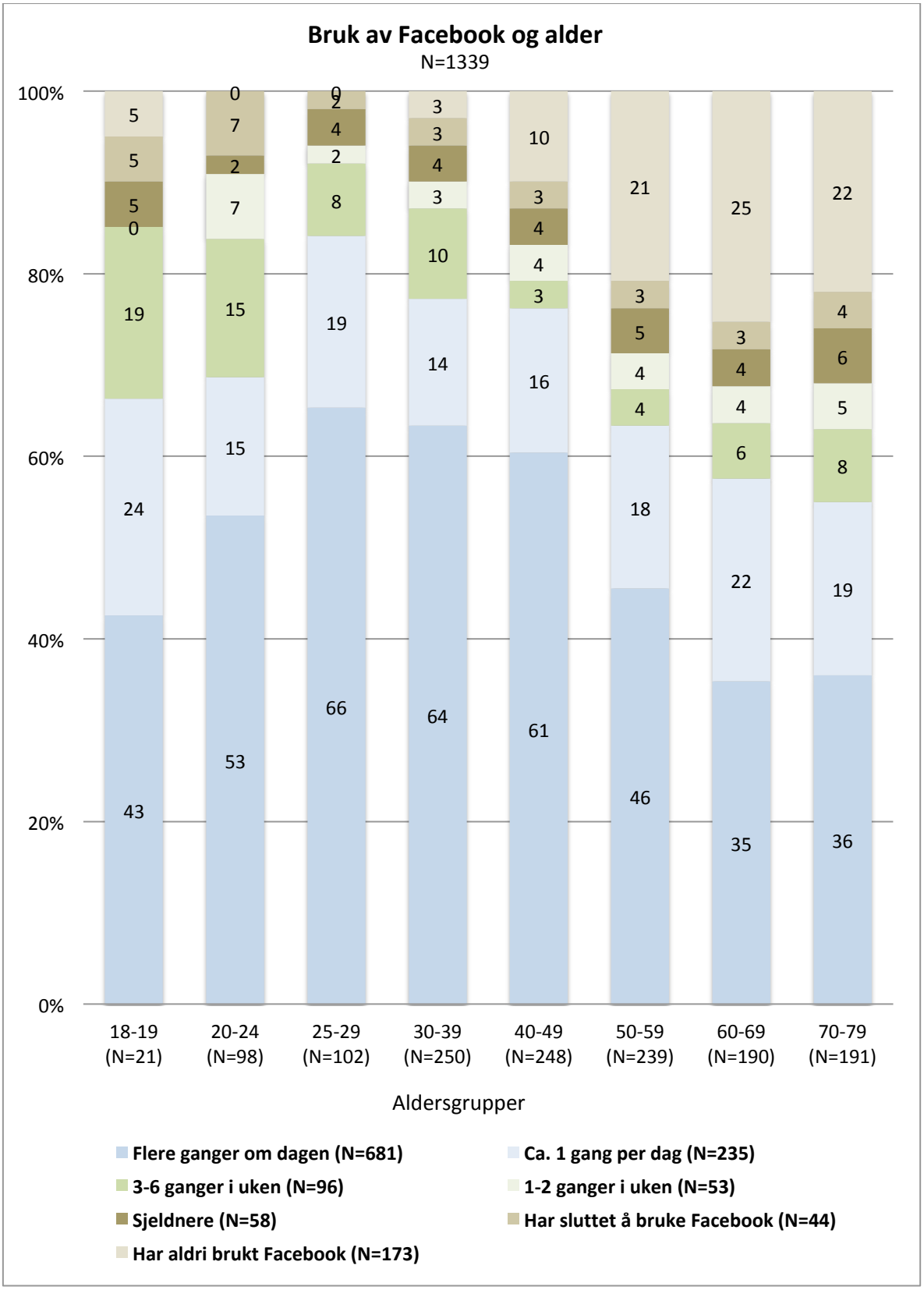
Figur 14: Utdanning, 5 grupper og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



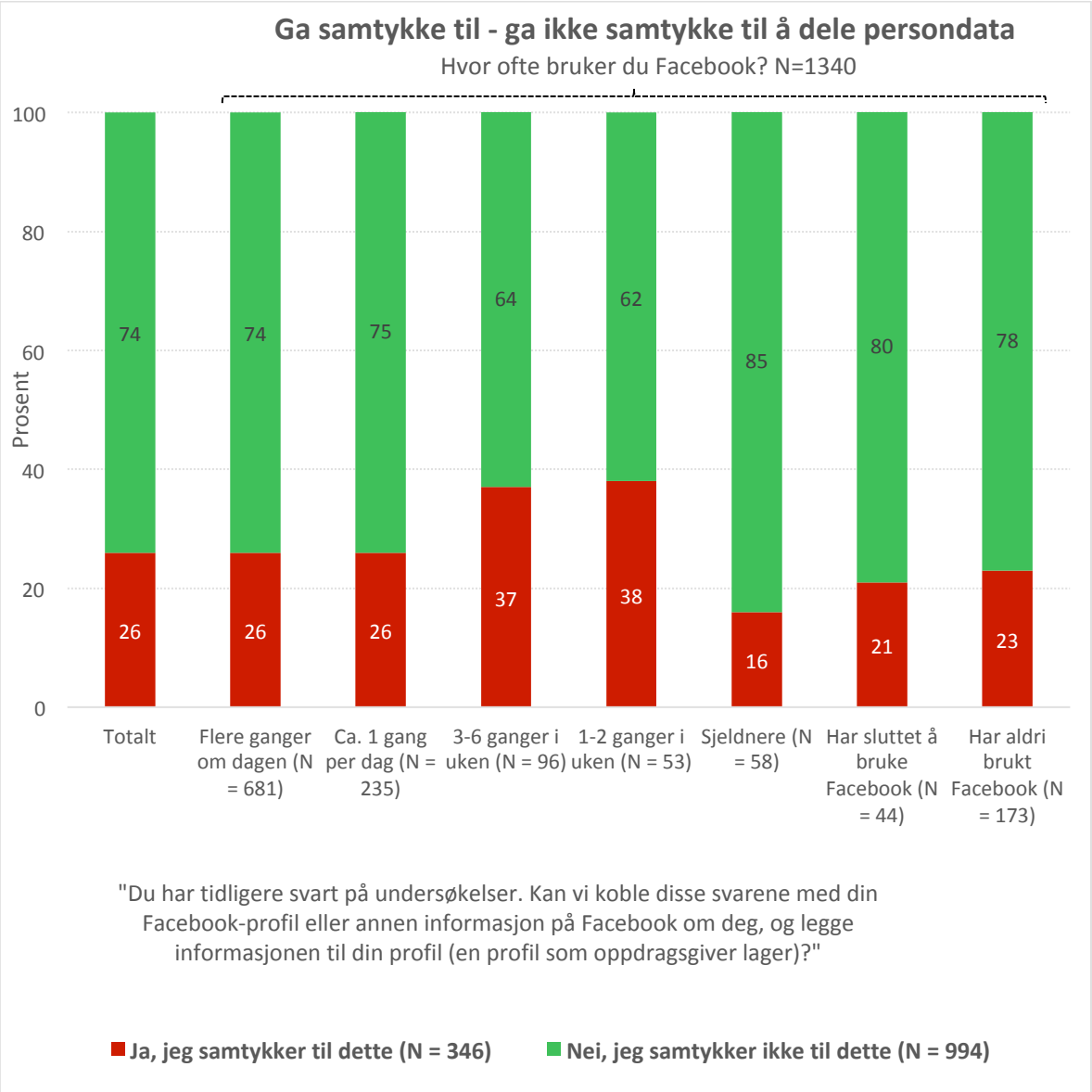
Figur 15: Utdanning og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

Figurene 11-15 viser at det er forskjeller mellom noen av gruppene. Den tydeligste forskjellen finner vi når vi sammenlikner de med lavest utdanning med de med høyest utdanning. Sammenliknet med forskjellen mellom kvinner og menn er forskjellen her mindre.

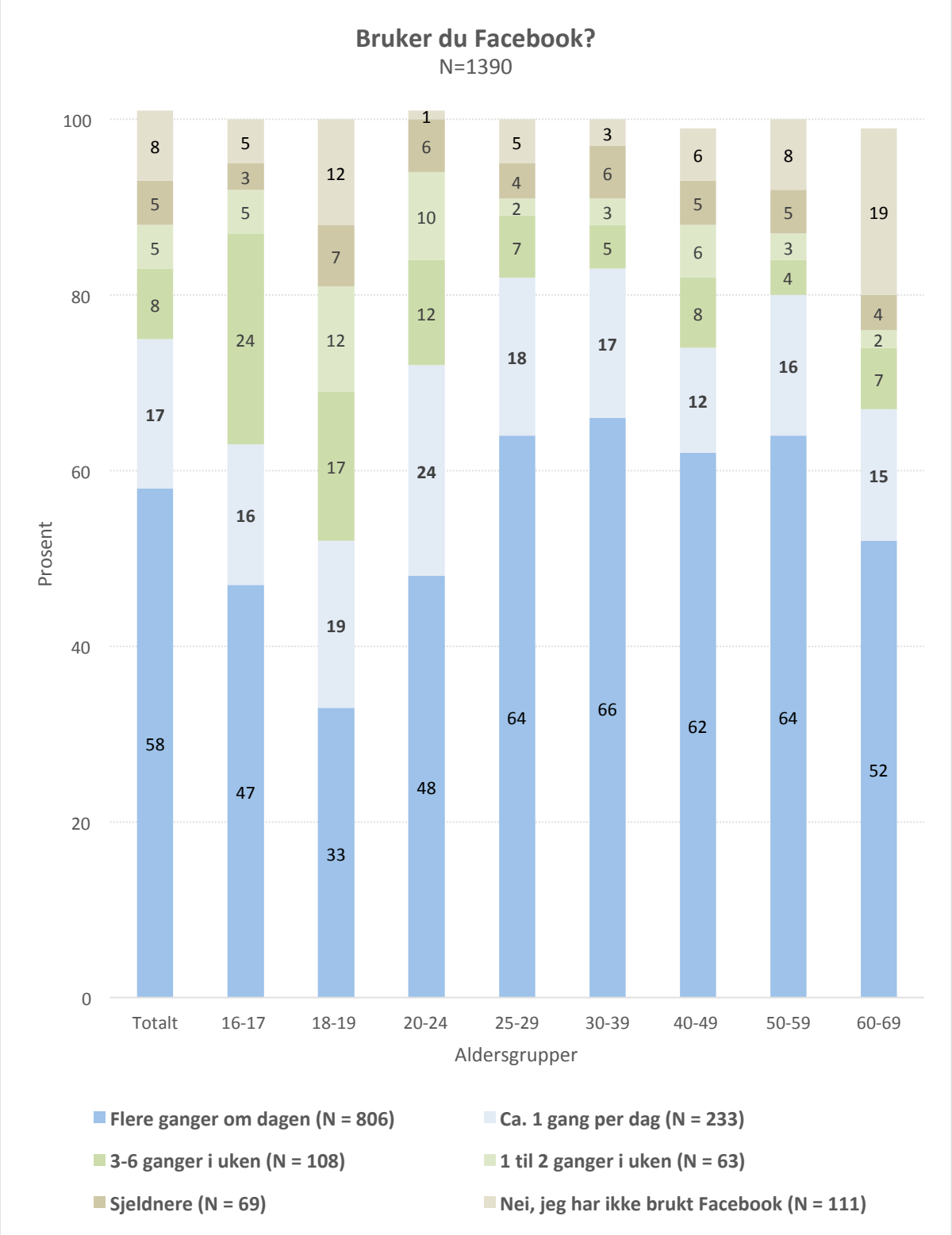
Hvor ofte brukes Facebook?



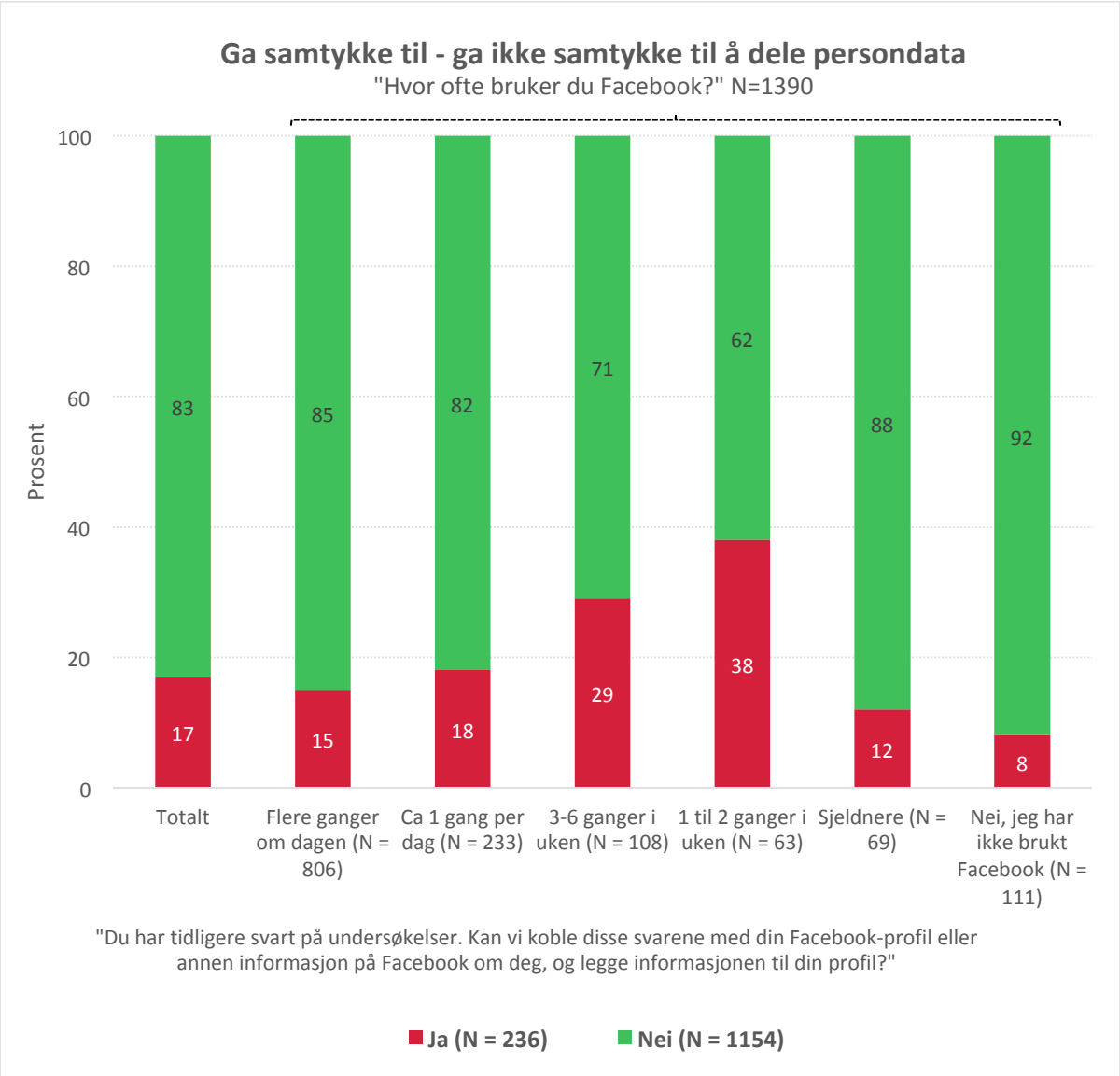
Figur 16: Hvor ofte bruker du Facebook. Alder. Undersøkelse 1.



Figur 17: Hvor ofte brukes Facebook. Undersøkelse 1.



Figur 18: Alder og hvor ofte brukes Facebook. Undersøkelse 2.



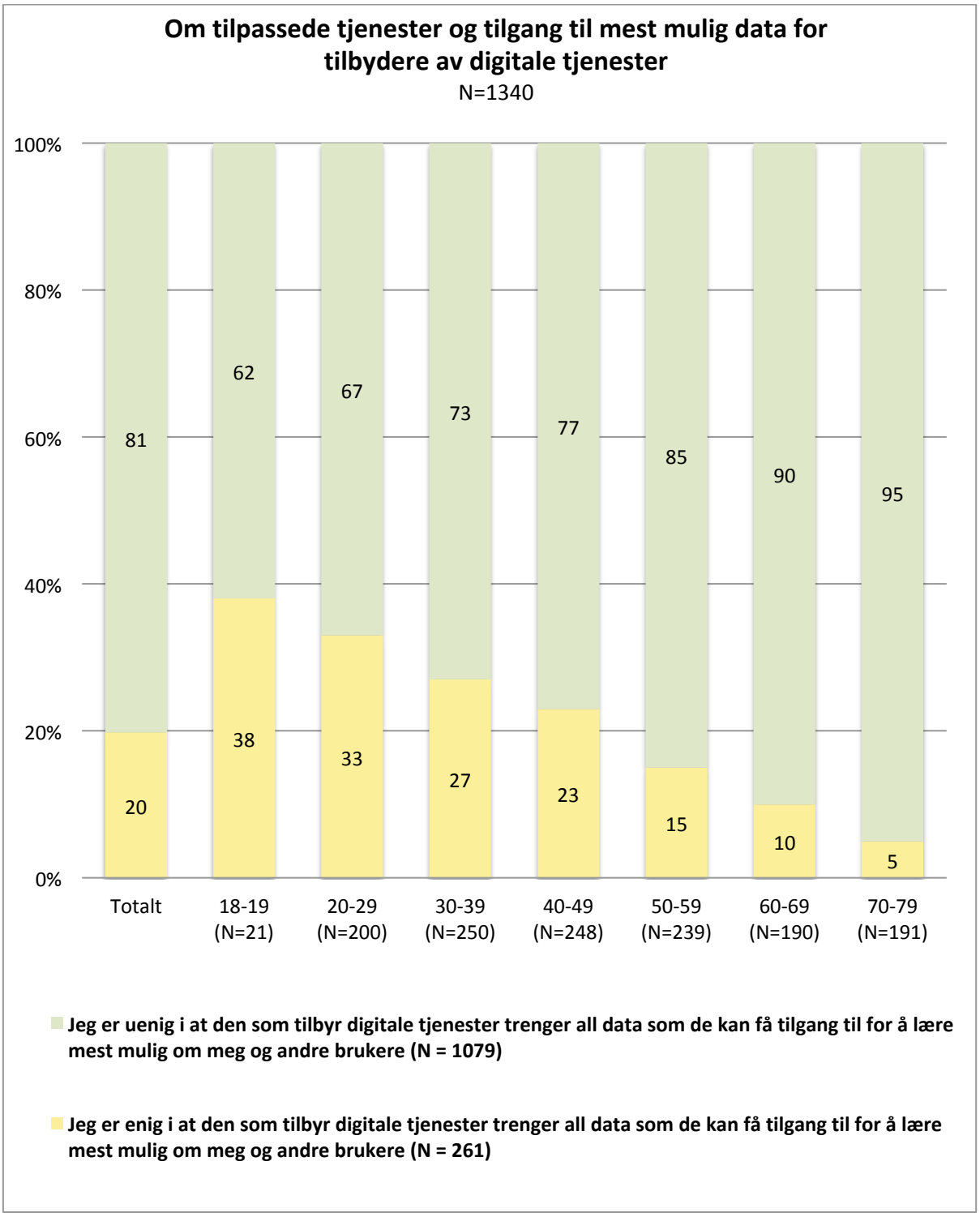
Figur 19: Hvor ofte brukes Facebook? Undersøkelse 2.

Spørsmålet om Facebook er stilt tidlig i undersøkelsen, og før teksten om Cambridge Analytica-skandalen. Om Cambridge Analytica-skandalen, se side 126.

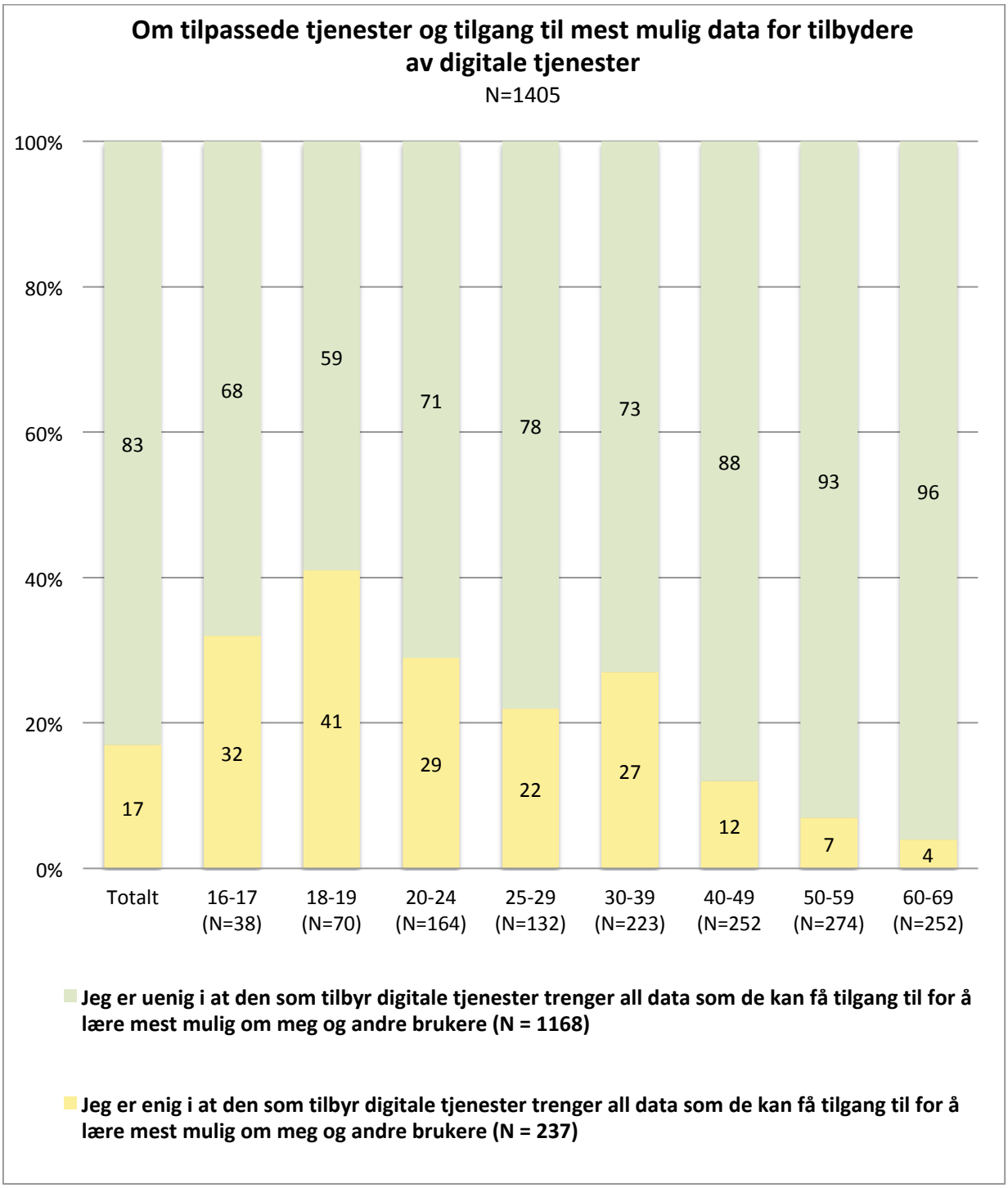
Deling av data med tredjeparter, digitale profiler og tilpassede tjenester

Et viktig tema i undersøkelsene er data som brukes til å lage profiler, til skreddersydde tjenester og målrettet reklame.

Det å ha tilgang til data på individnivå, og store datamengder, gir tilbydere av tjenester muligheten til å lage målrettet reklame og tjenester som er skreddersydd for eller tilpasset den enkelte, også kalt mikromålretting. Vi spurte, i undersøkelse om hva deltakerne mente om dette med alternativene; *Jeg er (enig – uenig) i at den som tilbyr digitale tjenester trenger all data som de kan få tilgang til for å lære mest mulig om meg og andre brukere.*

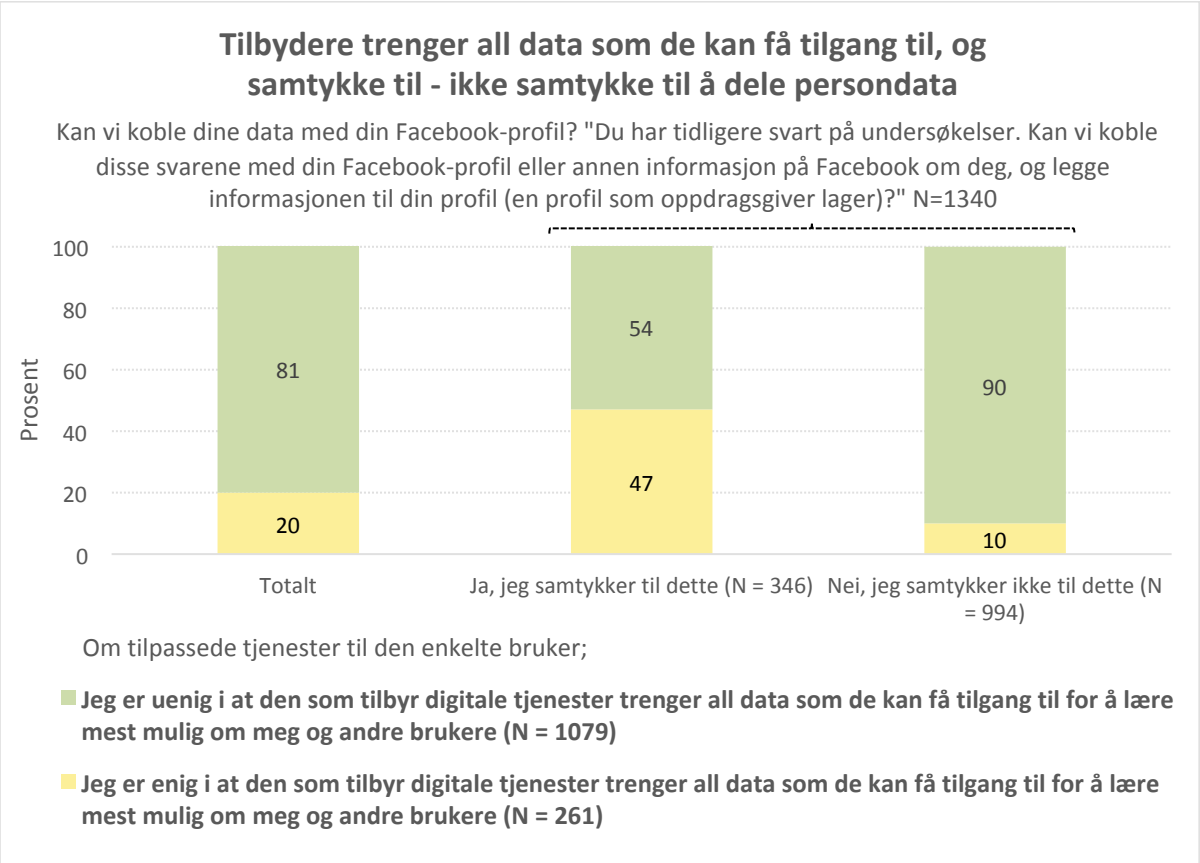


Figur 20: Om å lage digitale profiler og tilgang til data. Aldersgrupper. Undersøkelse 1.

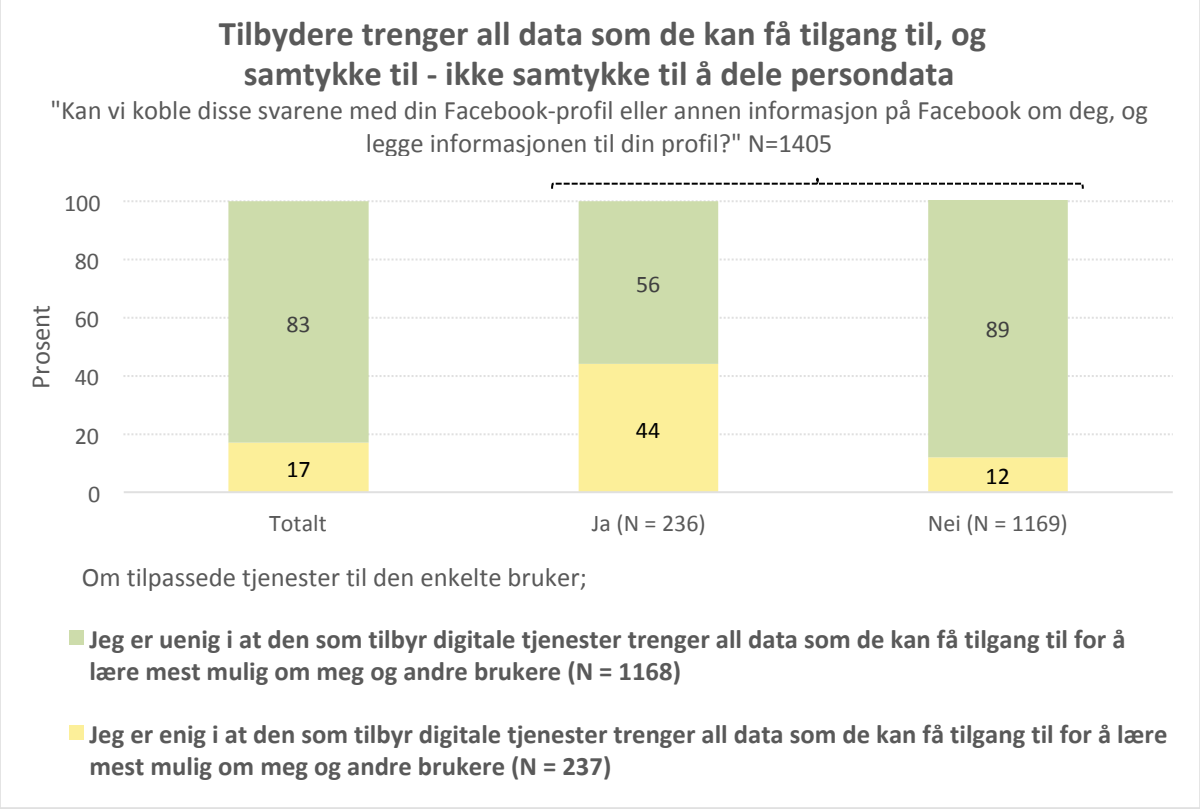


Figur 21: Om tilpassede tjenester til den enkelte bruker - aldersgrupper. Undersøkelse 2.

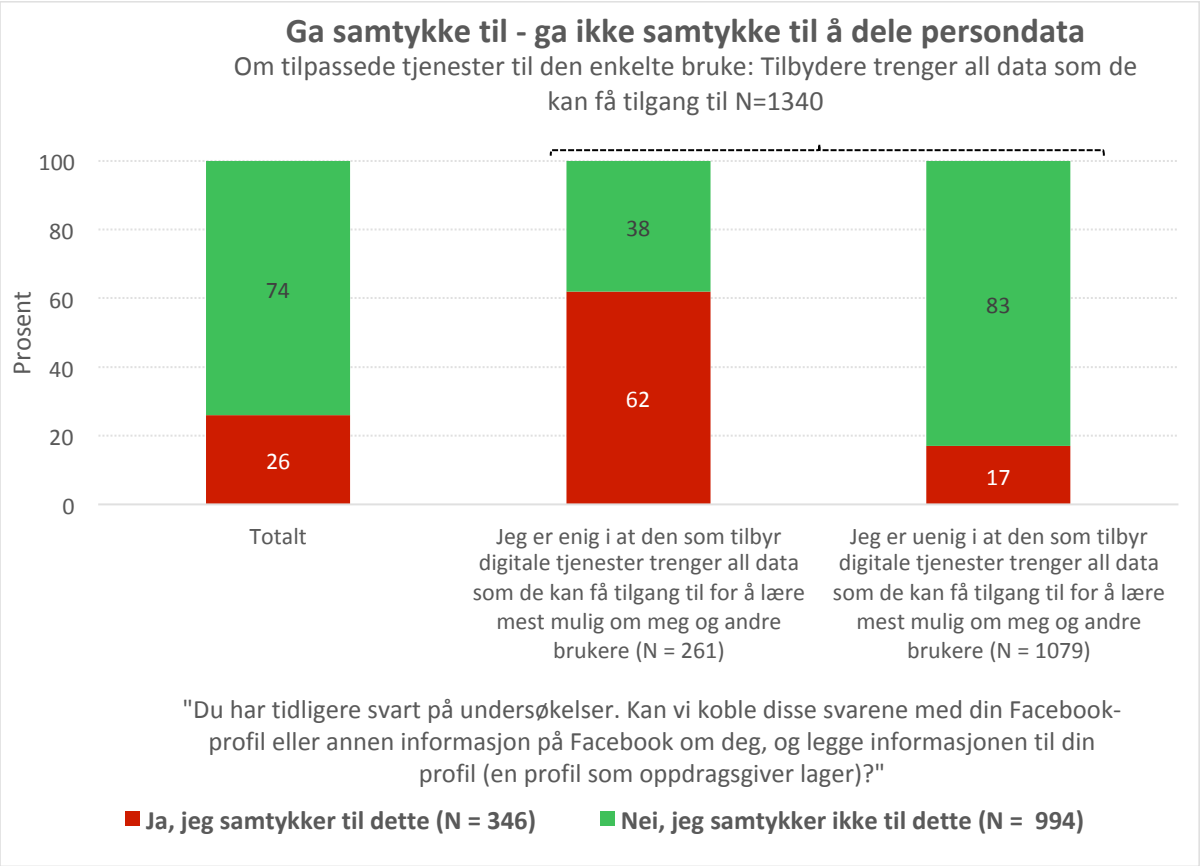
Figurene 19 og 20 viser at svært mange er uenige i at de som tilbyr tilpassende digitale tjenester ”trenger all data som de kan få tilgang til for å lære mest mulig om meg og andre brukere.” Når formuleringen er ”trenger all data” kunne en kanskje forvente en høyere andel enig. Dette fordi de som lager tilpassede tjenester faktisk, for å bruke og utnytte maskinlæring og kunstig intelligens, trenger store datamengder. Deltakerne kan ha tenkt på hva en mener er bra og ikke det at store datamengder er det som brukes, og derfor svart ”uenig.”



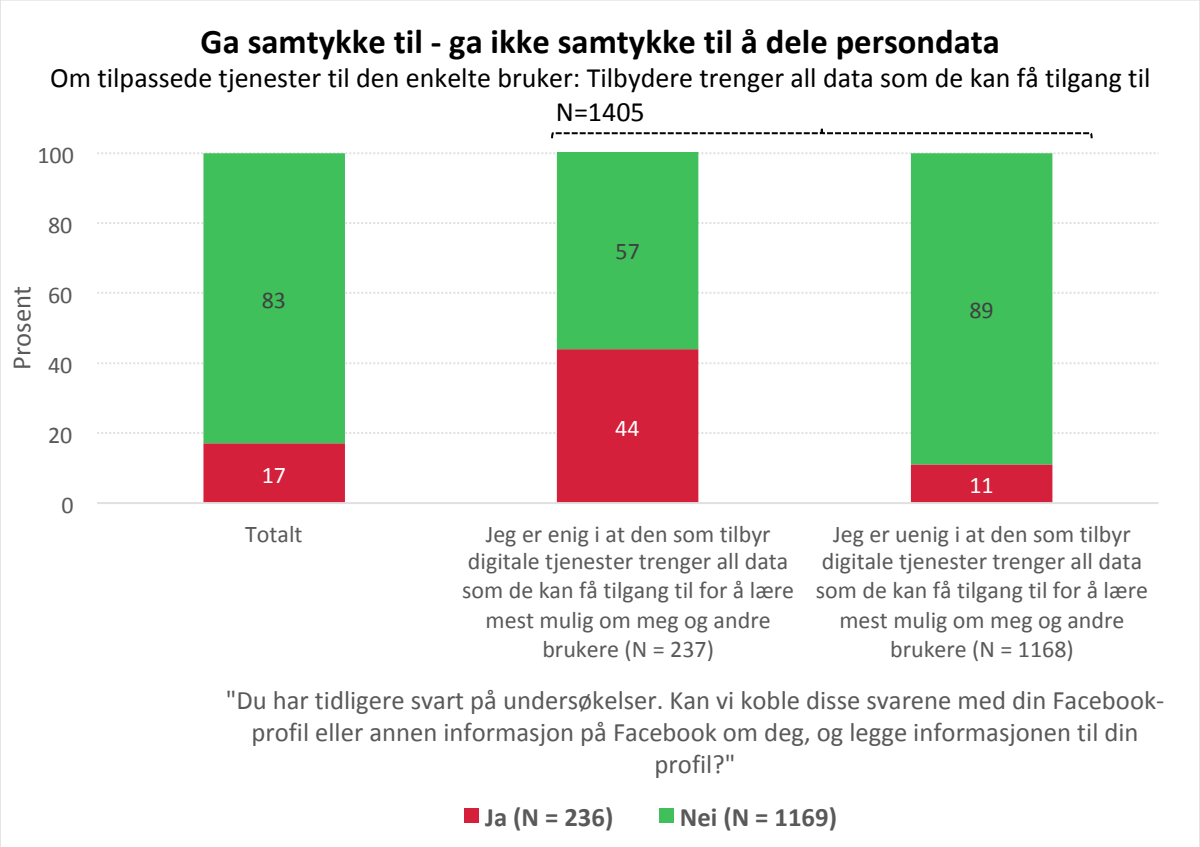
Figur 22: Om tilpassede tjenester til den enkelte bruker – tilbydere trenger data. Undersøkelse 1.



Figur 23: Om tilpassede tjenester til den enkelte bruker. Undersøkelse 2.



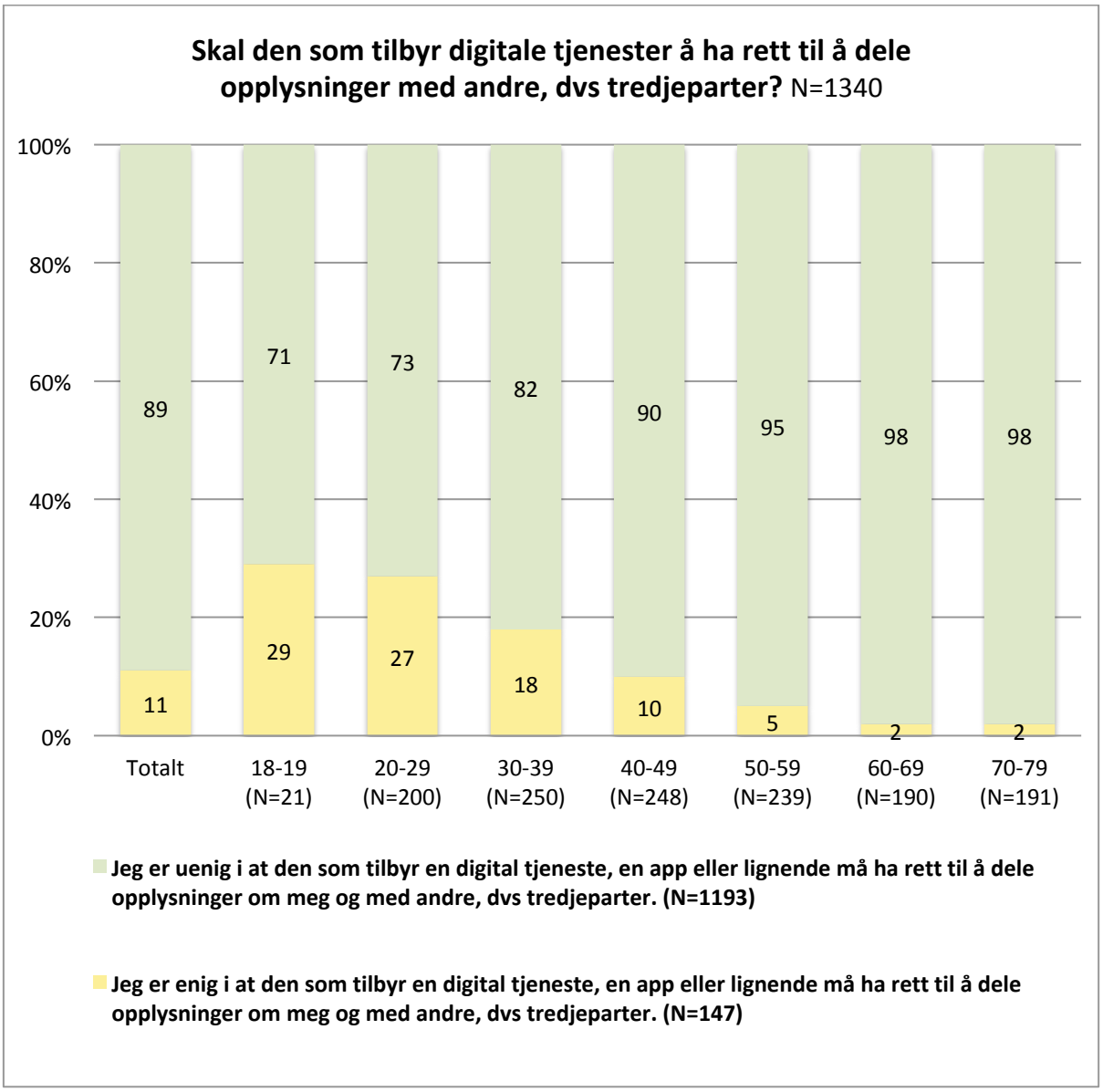
Figur 24: Samtykke og tilpassede tjenester til den enkelte bruker. Undersøkelse 1.



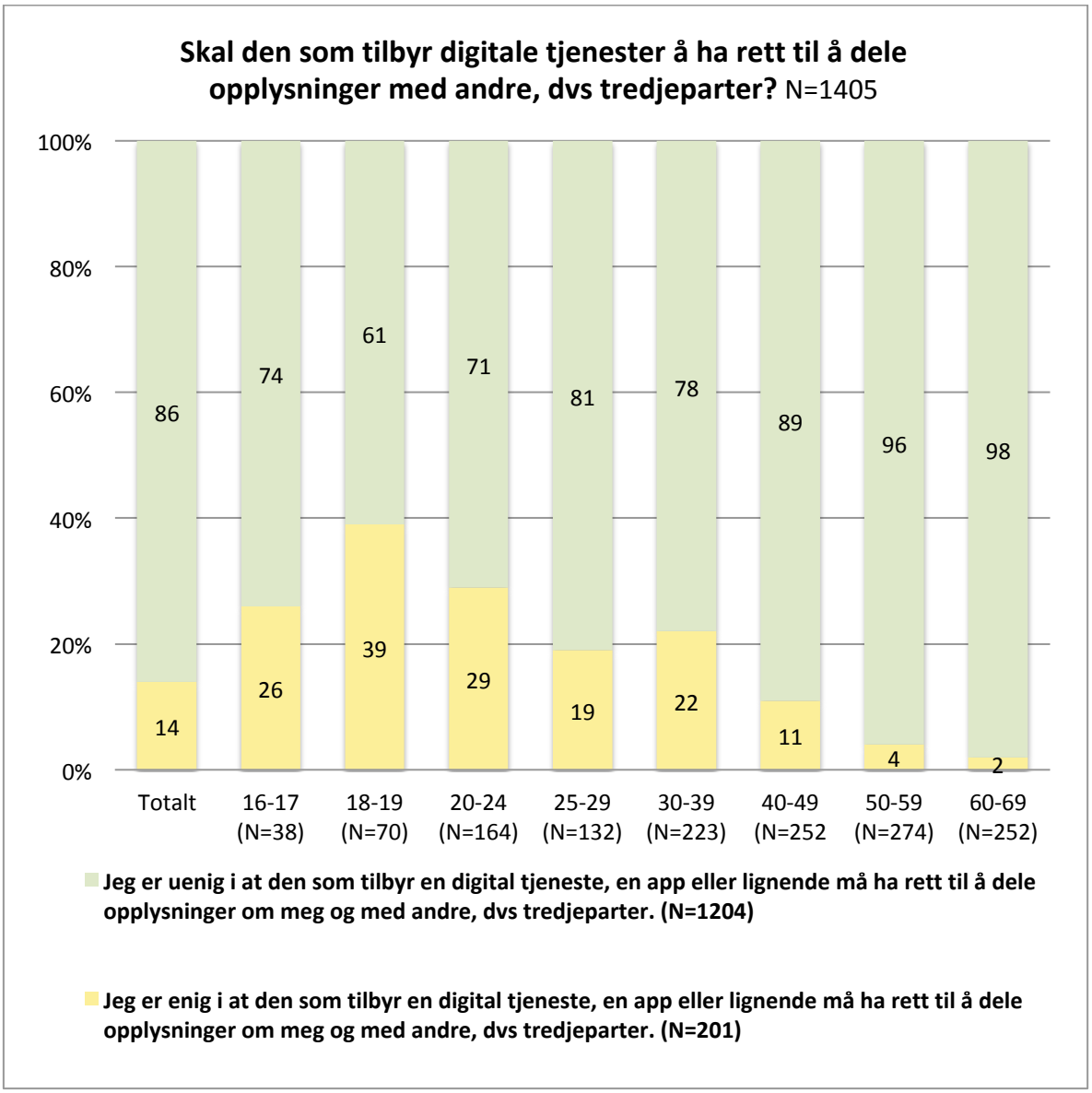
Figur 25: Samtykke og tilpassede tjenester til den enkelte bruker. Undersøkelse 2.

Det er en meget tydelig forskjell mellom de som ga samtykke og ikke samtykke på spørsmålet om tilgang til data for lære mest mulig. De som ga samtykke er også langt mer positive til bruk av data dette formålet.

Det neste spørsmålet dreier seg om å dele data med tredjeparter.



Figur 26: Hva mener du om at et firma deler informasjon om sine kunder eller brukere med et annet firma? Undersøkelse 1.

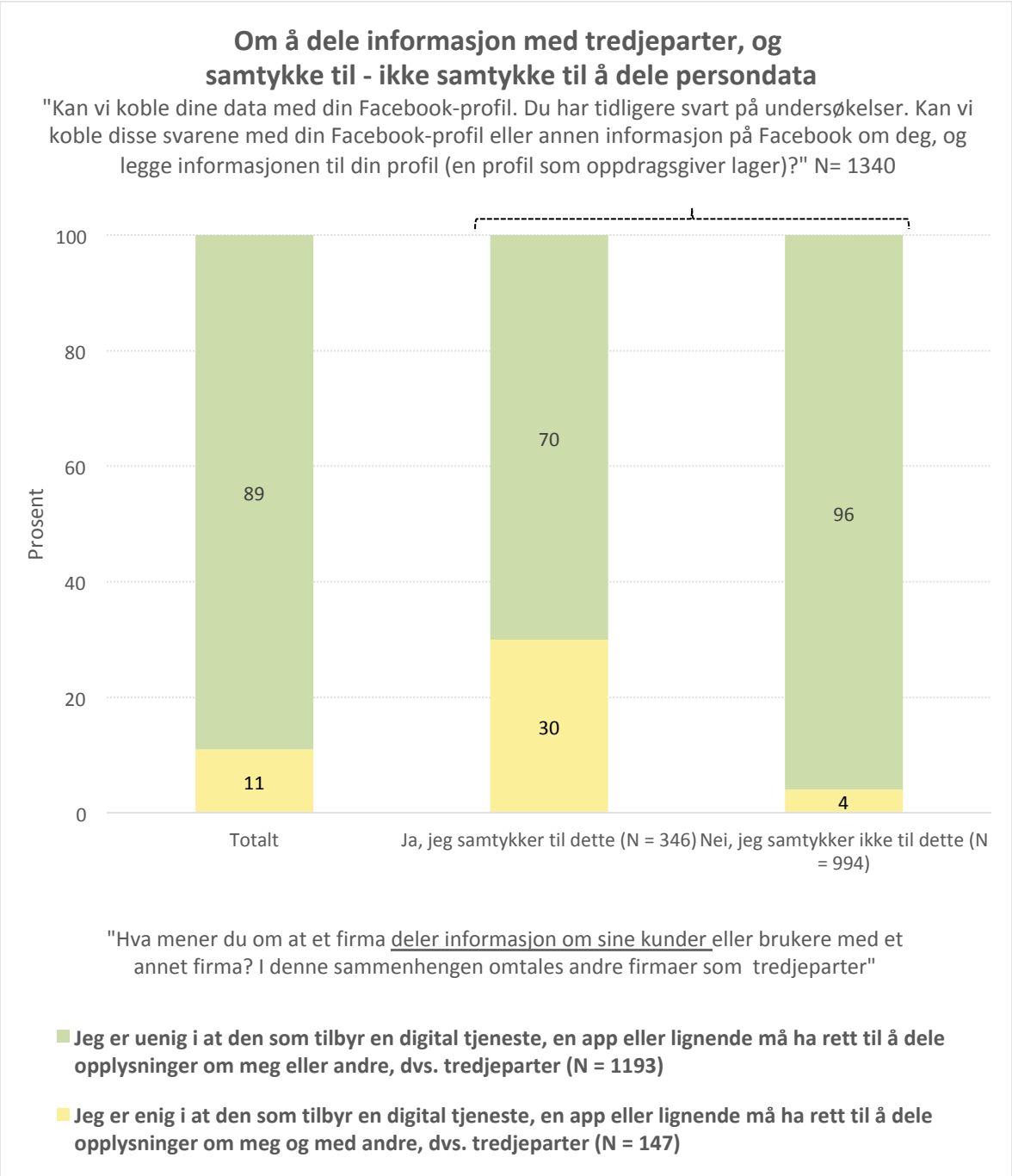


Figur 27: Hva mener du om at et firma deler informasjon om sine kunder eller brukere med et annet firma? Undersøkelse 2.

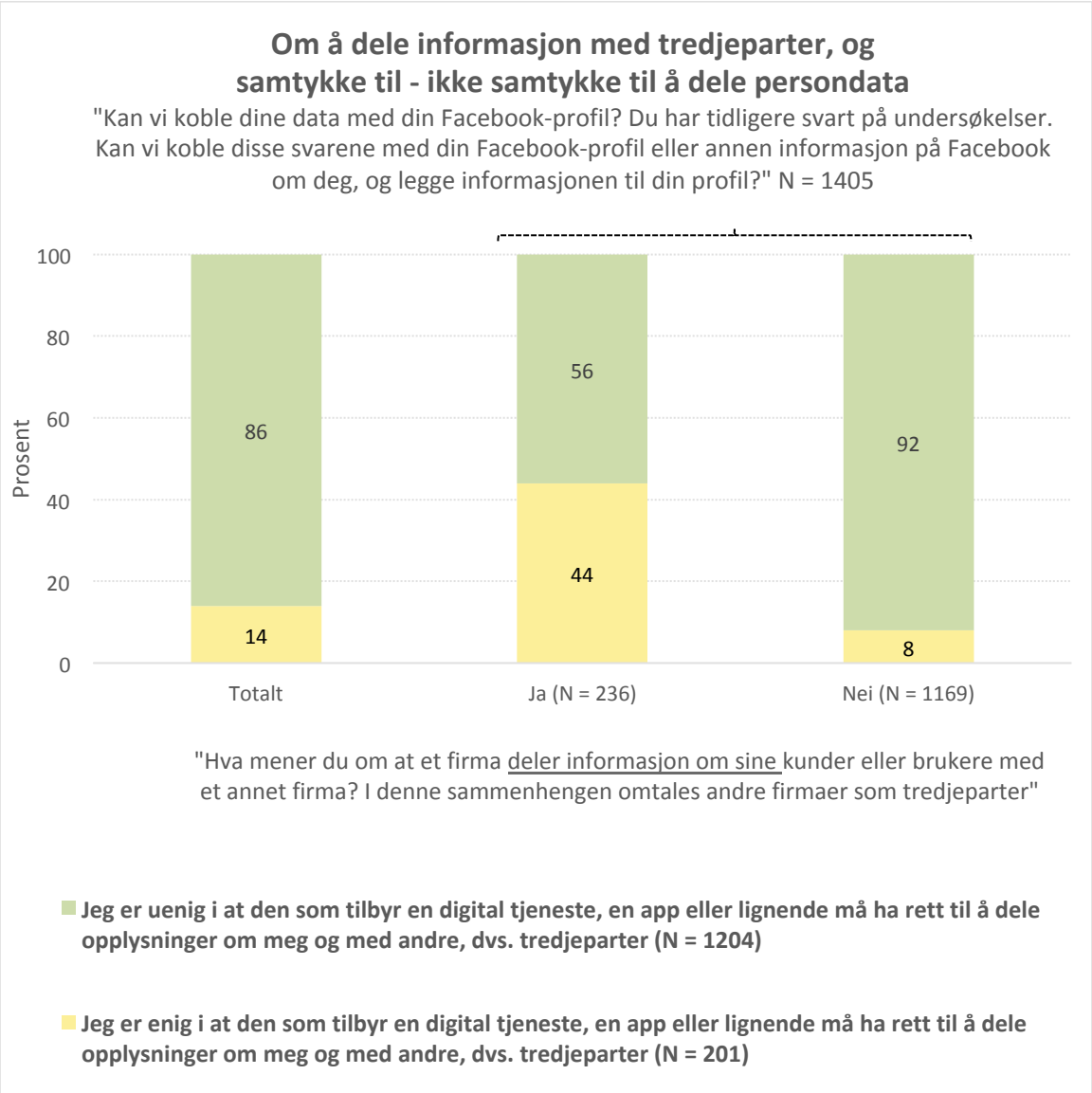
Det er en del unge som mener at firmaer skal ha rett til å dele informasjon med tredjeparter, men også i disse aldersgruppene er flertallet i mot at dette skal være en rettighet som tilbydere har. I aldersgruppen fra og med 30 og eldre er 80% eller mer imot dette.

Mange tilbydere informerer om, i sine vilkår for å bruke applikasjonen eller tjenesten, at de deler informasjon om brukeren med tredjeparter. Det er få som leser vilkårene enten fordi dette som regel er lange juridiske tekster med liten skrift, men også fordi brukeren ikke tror de har noe annet valg enn å akseptere vilkårene.

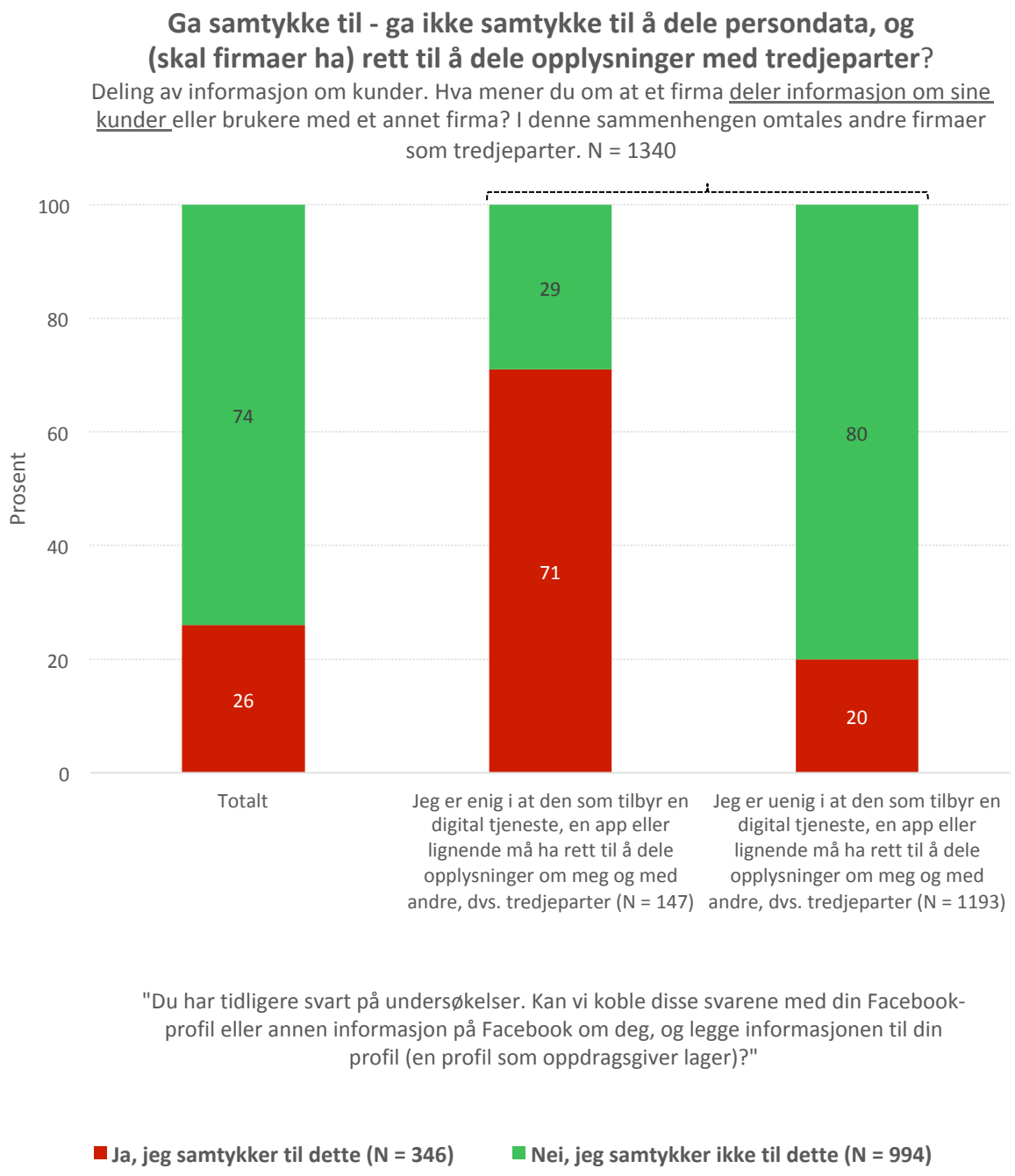
Disse svarene viser at svært mange mener at dette ikke skal ikke være en rettighet å dele opplysninger med tredjeparter.



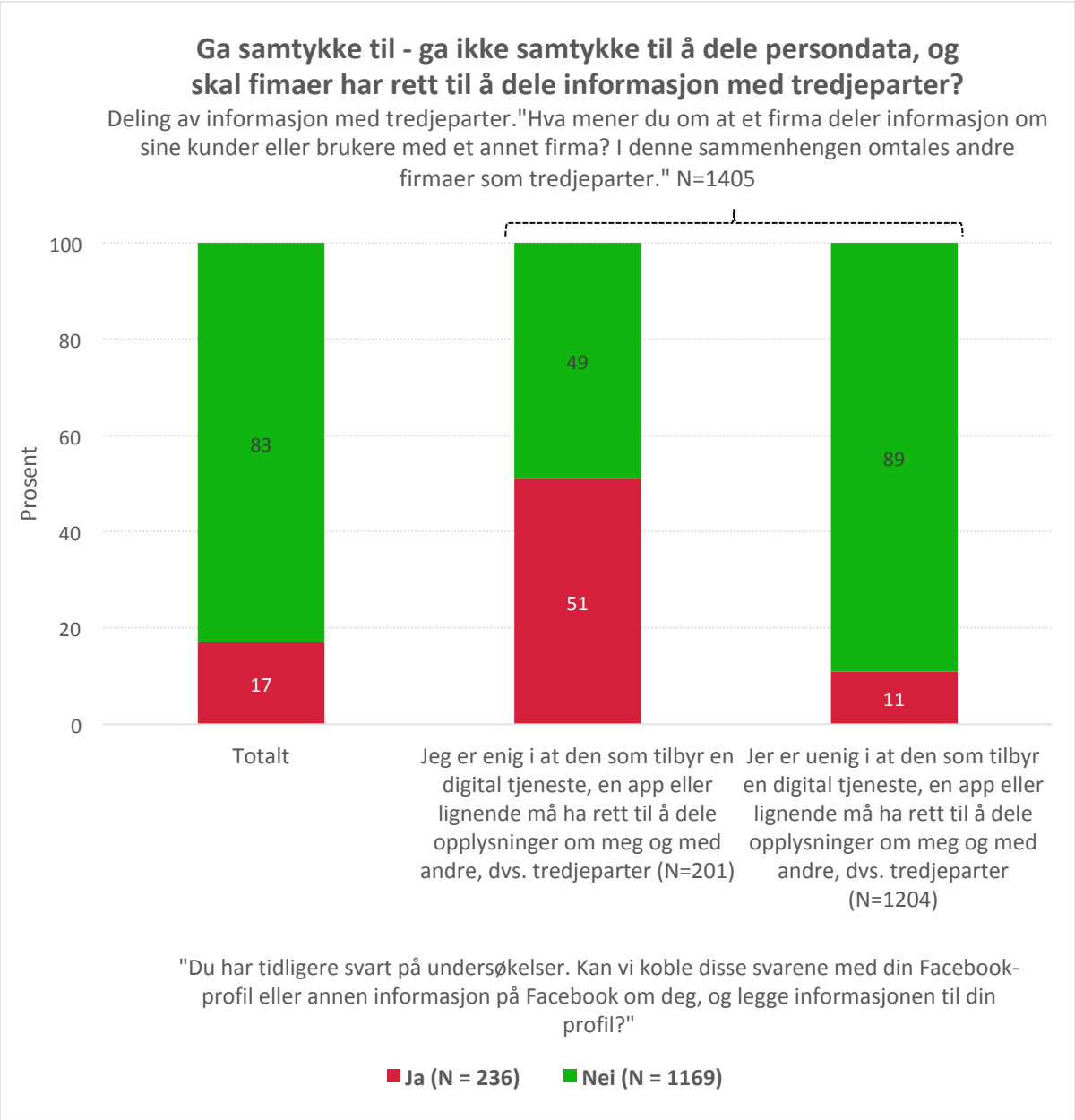
Figur 28: Om å dele informasjon med tredjeparter, og samtykke til deling av persondata. Undersøkelse 1.



Figur 29: Om å dele informasjon med tredjeparter, og samtykke til deling persondata. Undersøkelse 2.



Figur 30: Deling av informasjon med tredjeparter. Undersøkelse 1.



Figur 31: Deling av informasjon med tredjeparter. Undersøkelse 2.

Det er langt flere blant de som ga samtykke som også er enig i at firmaer ”må ha rett til” å dele opplysninger med tredjeparter. Tar vi utgangspunkt i de som svarte jeg er enige i at tilbydere skal ha rett til å dele opplysninger, viser den første undersøkelsen at hele 71% av disse ga samtykke til å dele persondata.

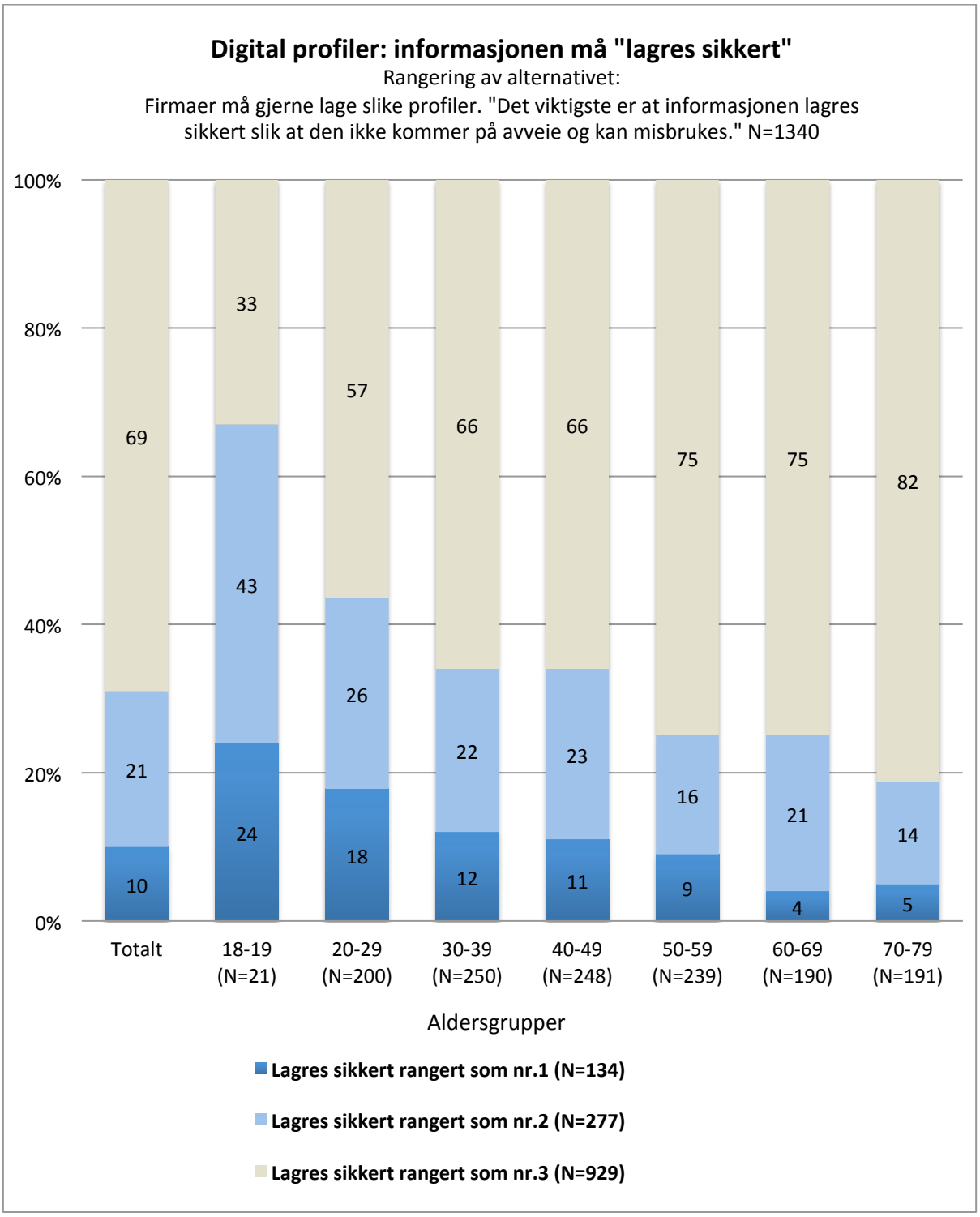
Det er flere måter å stille spørsmål på. Som et alternativ til enig-ikke enig kan en be deltakerne rangere alternativer, for eksempel hva er viktigst (rangert som nr.1), nest viktigst osv.

Om digitale profiler – hva er viktig?

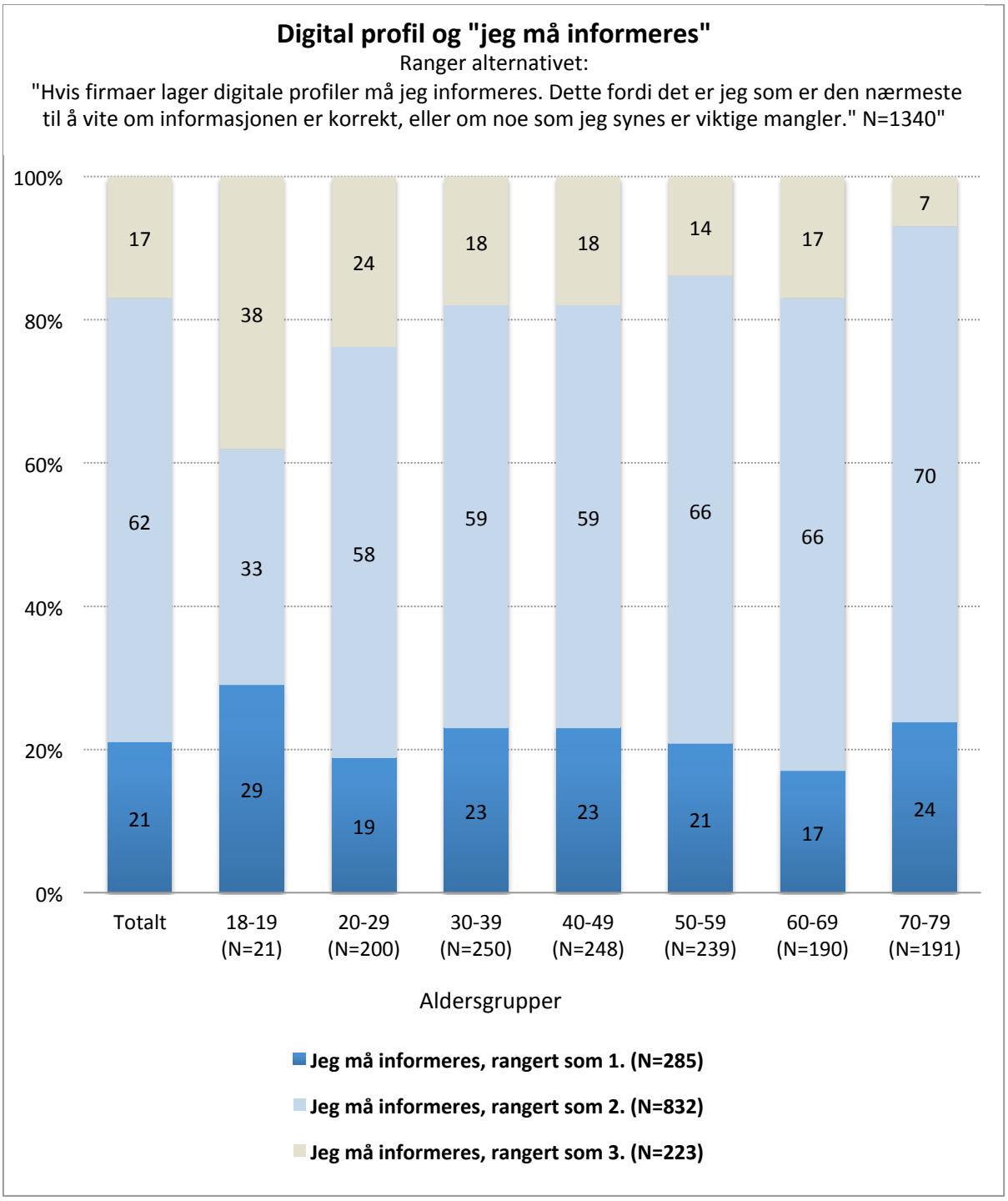
Det neste spørsmålet dreier seg om digitale profiler. Vi ba deltakerne rangere disse tre alternativer. Først undersøkelse 1. Vennligst ranger alternativene fra 1 (mest enig i), til 3.

> *Digitale profiler. En digital profil er informasjon som forteller hvem du er, hva du mener, hva du liker å gjøre eller lignende. Hvilke av disse 3 alternativene er du mest enig i.*
>
> *Alt.1. Firmaer må gjerne lage slike profiler. Det viktige er at informasjon* ***lagres sikkert*** *slik at den ikke kommer på avveier og kan misbrukes.*
>
> *Alt.2. Hvis firmaer lager digitale profiler må jeg* ***informeres****. Dette fordi det er jeg som er den nærmeste til å vite om informasjonen er korrekt, eller om noe som jeg synes er viktig mangler.*
>
> *Alt.3. Denne informasjonen forteller om min identitet, hvem jeg er. Jeg vil ikke at noen skal lage en digital profil om meg med mindre jeg selv først er* ***spurt og har sagt ja*** *til dette.*

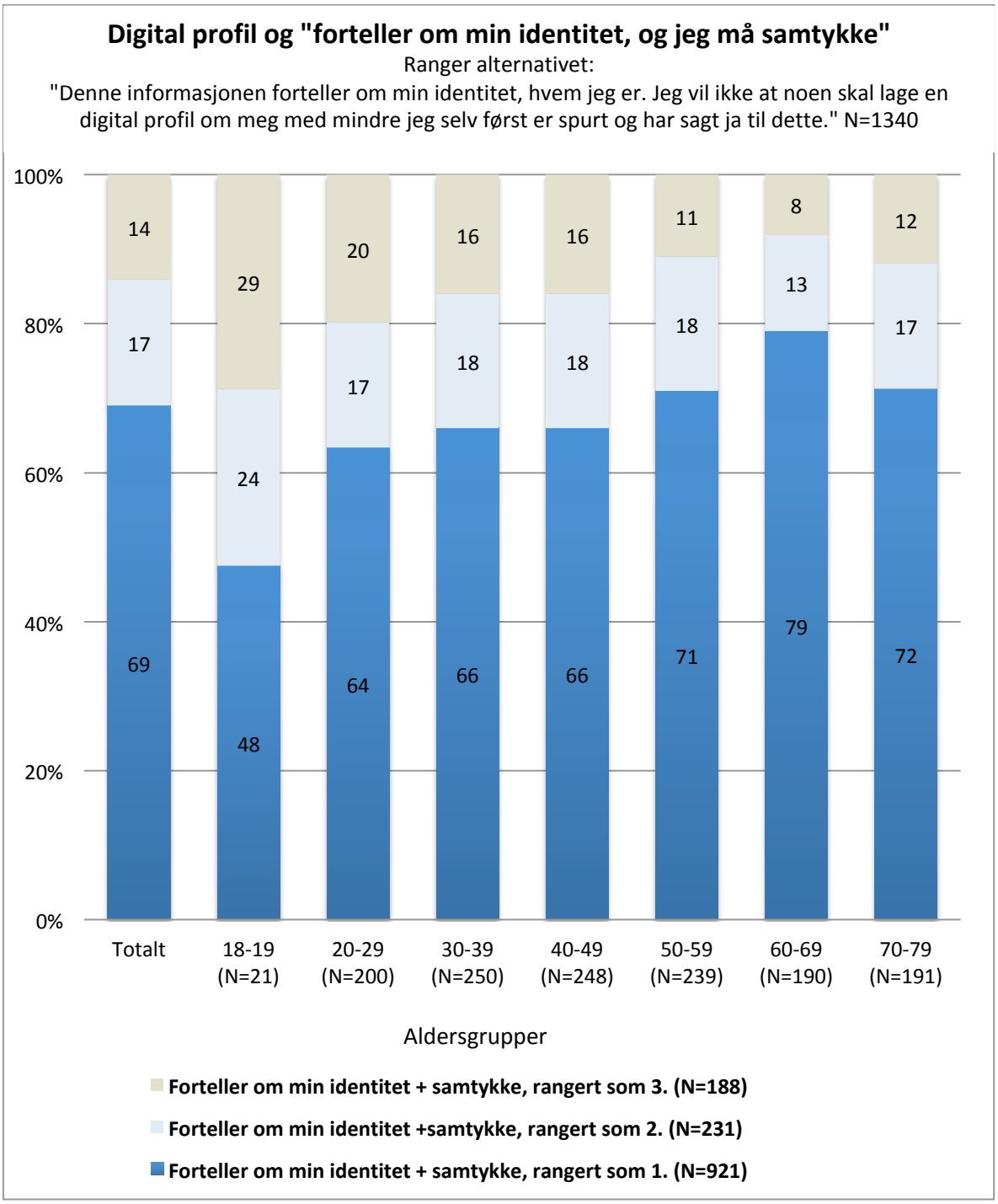
I undersøkelse 2 valgte deltaker det alternativet, av de tre presentert ovenfor, som de var mest enig i.



Figur 32: Digitale profiler og rangering av alternativet "lagres sikkert." Undersøkelse 1.



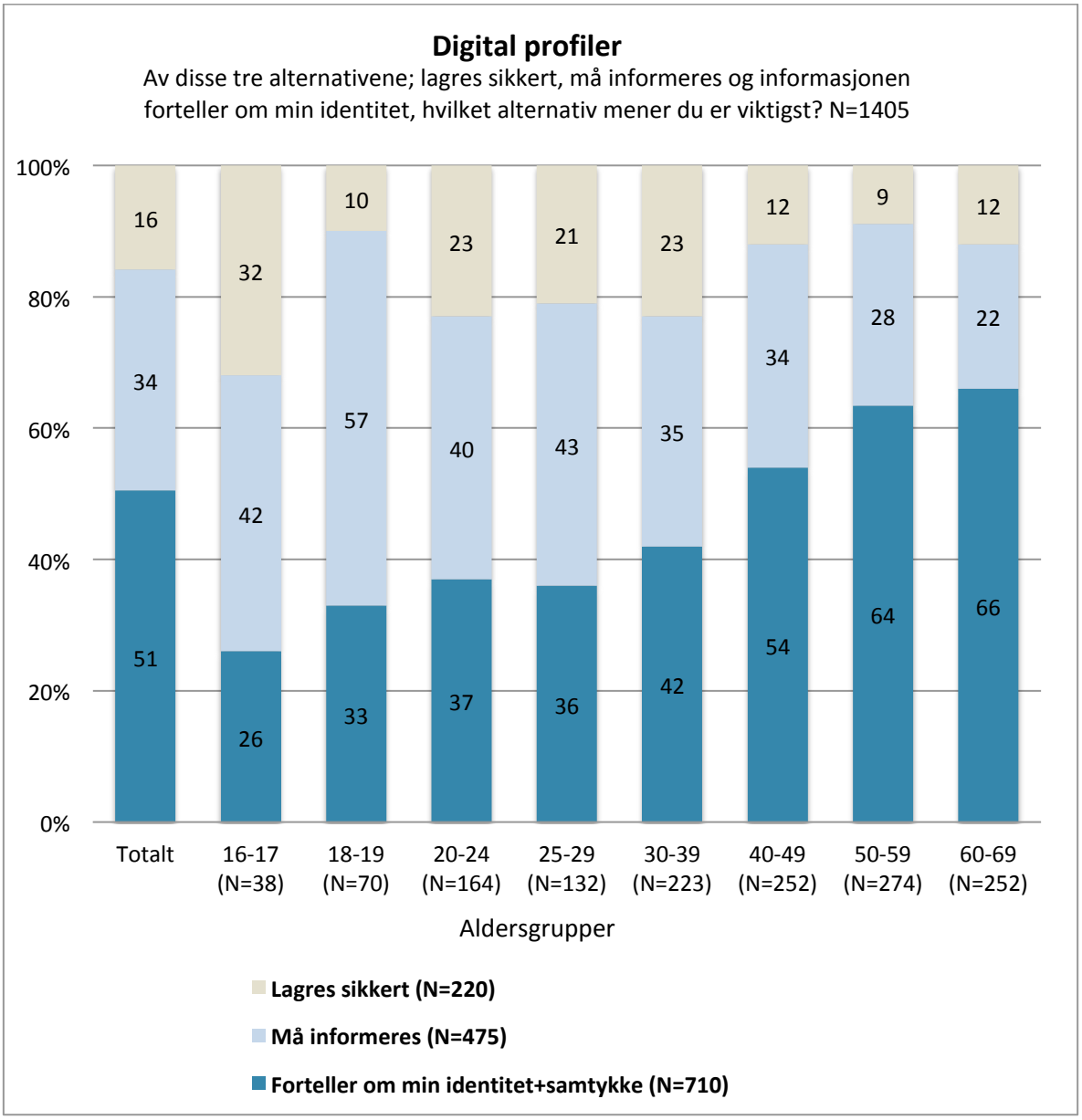
Figur 33: Digitale profiler og rangering av alternativet ”jeg må informeres.” Undersøkelse 1.



Figur 34: Digitale profiler og rangering av alternativet ”informasjonen forteller om min identitet – jeg må først samtykke.” Undersøkelse 1.

De tre figurene 32, 33 og 34 viser at det er alternativet ”Denne informasjonen forteller om min identitet, hvem jeg er. Jeg vil ikke at noen skal lage en digital profil om meg med mindre jeg selv først er spurt og har sagt ja til dette” som et flertall (2 av 3) rangerer som nummer 1. Alternativet ”jeg må informeres” rangeres som nummer 2.

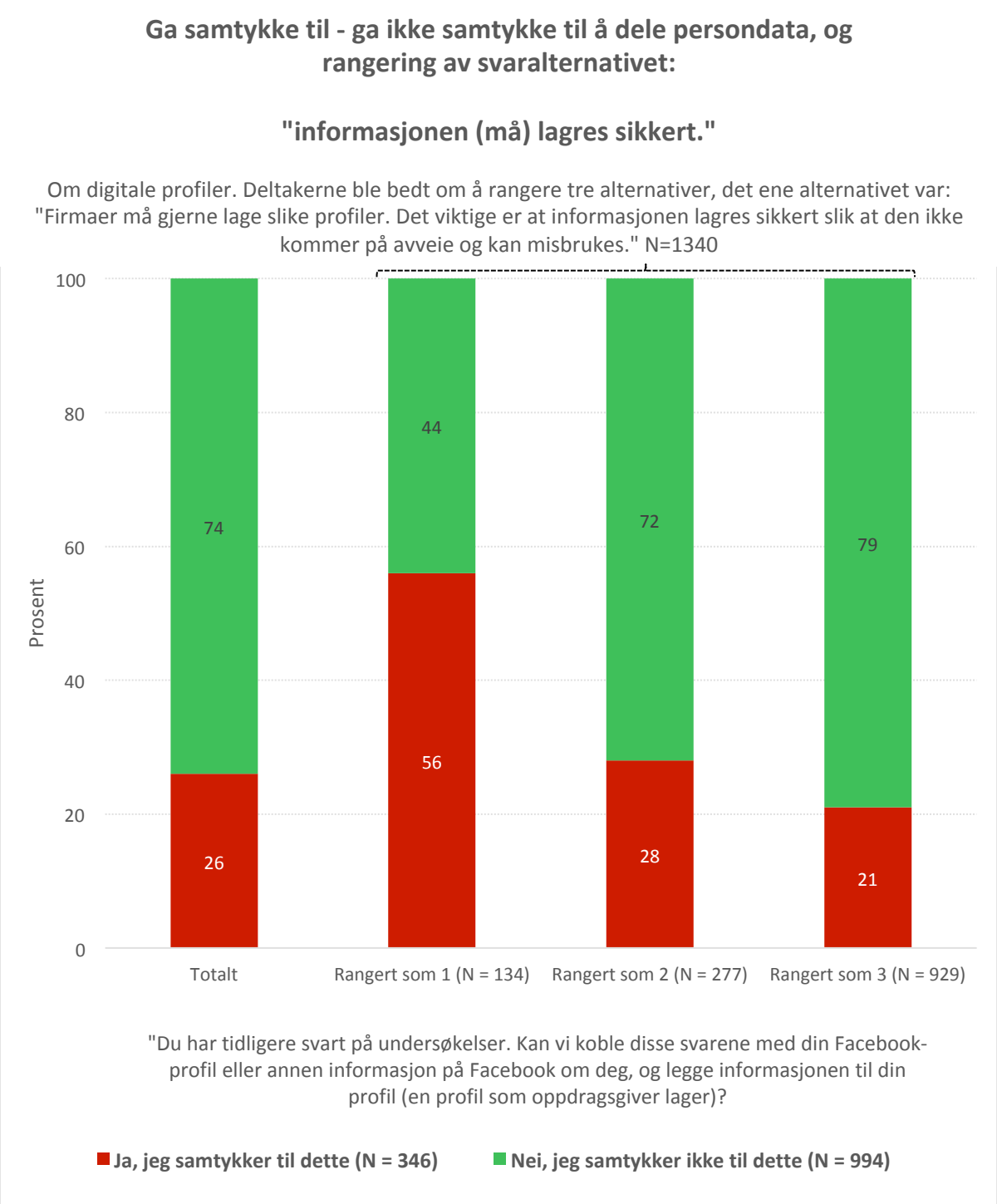
I den andre undersøkelsen fikk deltakerne velge blant disse tre alternativene, dvs. ikke rangere dem, men velge ett som det viktigste.



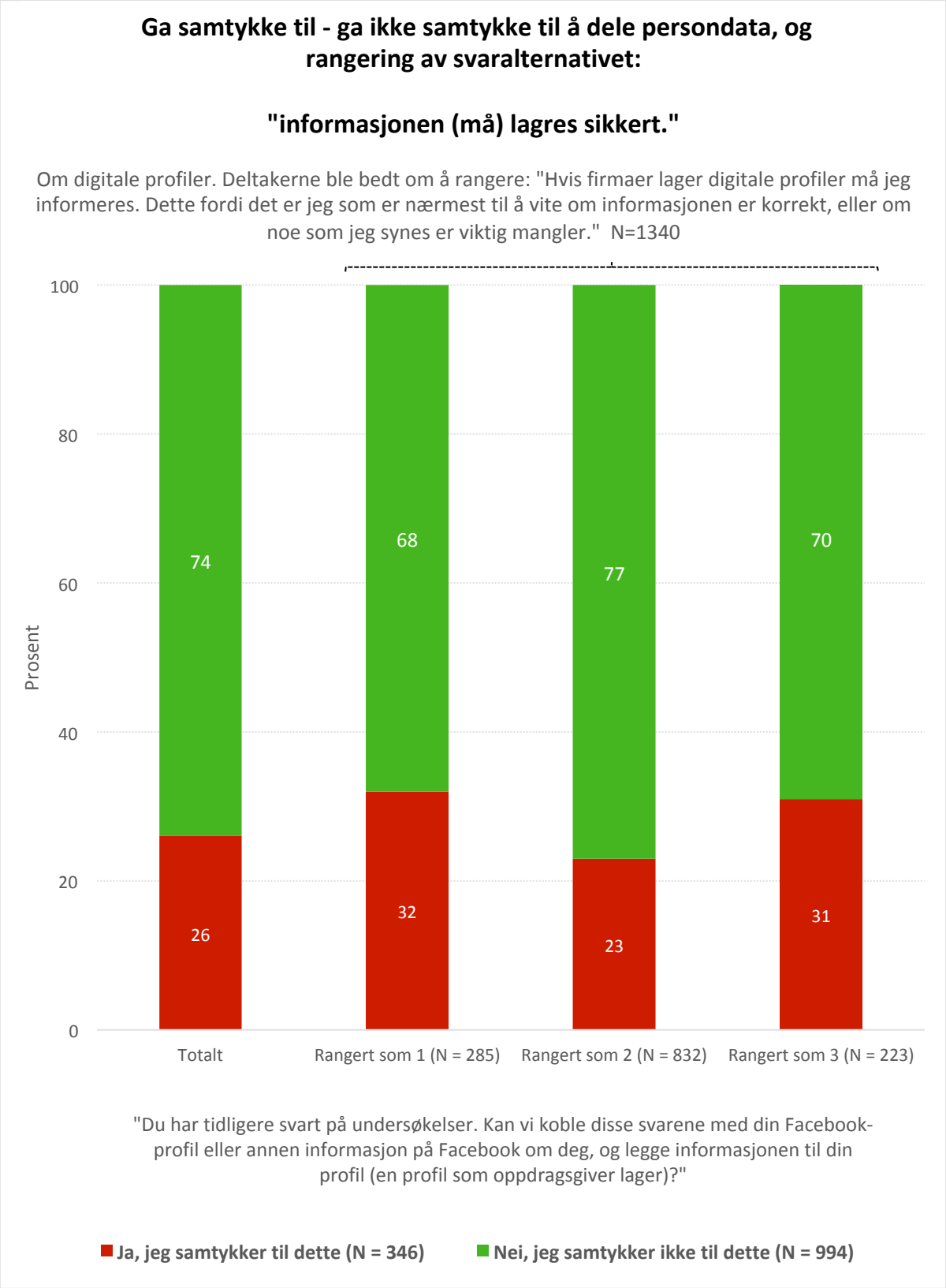
Figur 35: Om digitale profiler. Hva er viktigst? Forskjeller mellom aldersgrupper. Undersøkelse 2.

Figur 35 viser også at det klart flest som velger alternativet ”informasjonen forteller om min identitet, og jeg må samtykke.” For de yngste er det en forskjell sammenliknet med den første undersøkelsen. Ser man aldersgruppen 16-29 år under ett, får man at 44% velger alternativet ”jeg må informeres” og 35% ” informasjonen forteller om min identitet, og jeg må samtykke.” For de andre aldersgruppene velges alternativet ”forteller om min identitet, og jeg må samtykke” først.

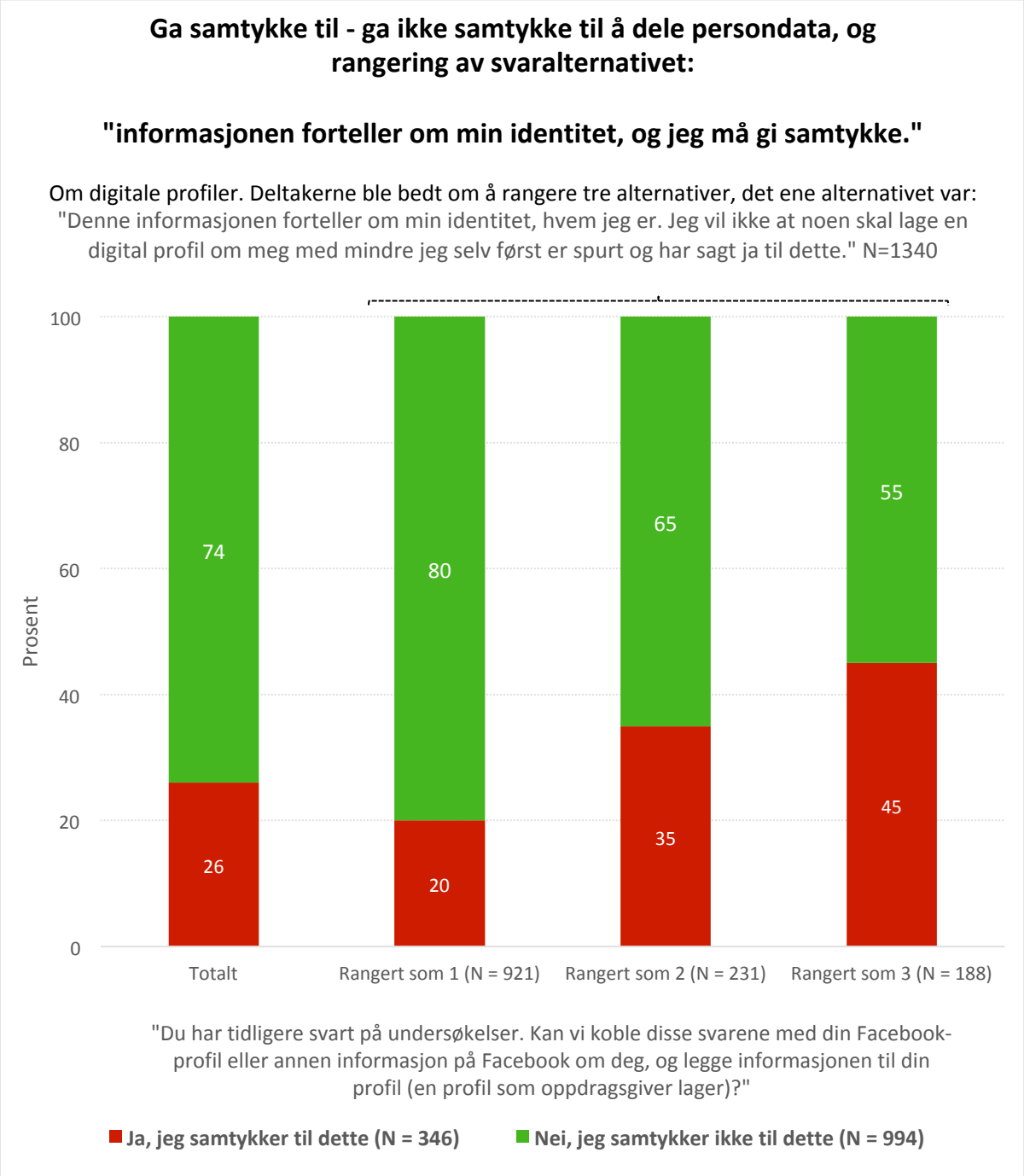
På disse spørsmålene er det ikke riktige eller gale svar, men de kan si noe om hva digitale profiler dreier seg om, og hva den enkelte legger vekt på. For den som er man opptatt av at den enkelte skal tenke igjennom hvorfor persondata er viktige i vårt digitale samfunn og den digitale økonomien, er det positivt å se at (så) mange velger alternativet ”informasjonen forteller om min identitet.”



Figur 36: Digitale profiler og svaralternativet ”det viktig er at informasjonen lagres sikkert.” Undersøkelse 1.



Figur 37: Digitale profiler og svaralternativet "må informeres (jeg vet om) informasjonen er korrekt." Undersøkelse 1.

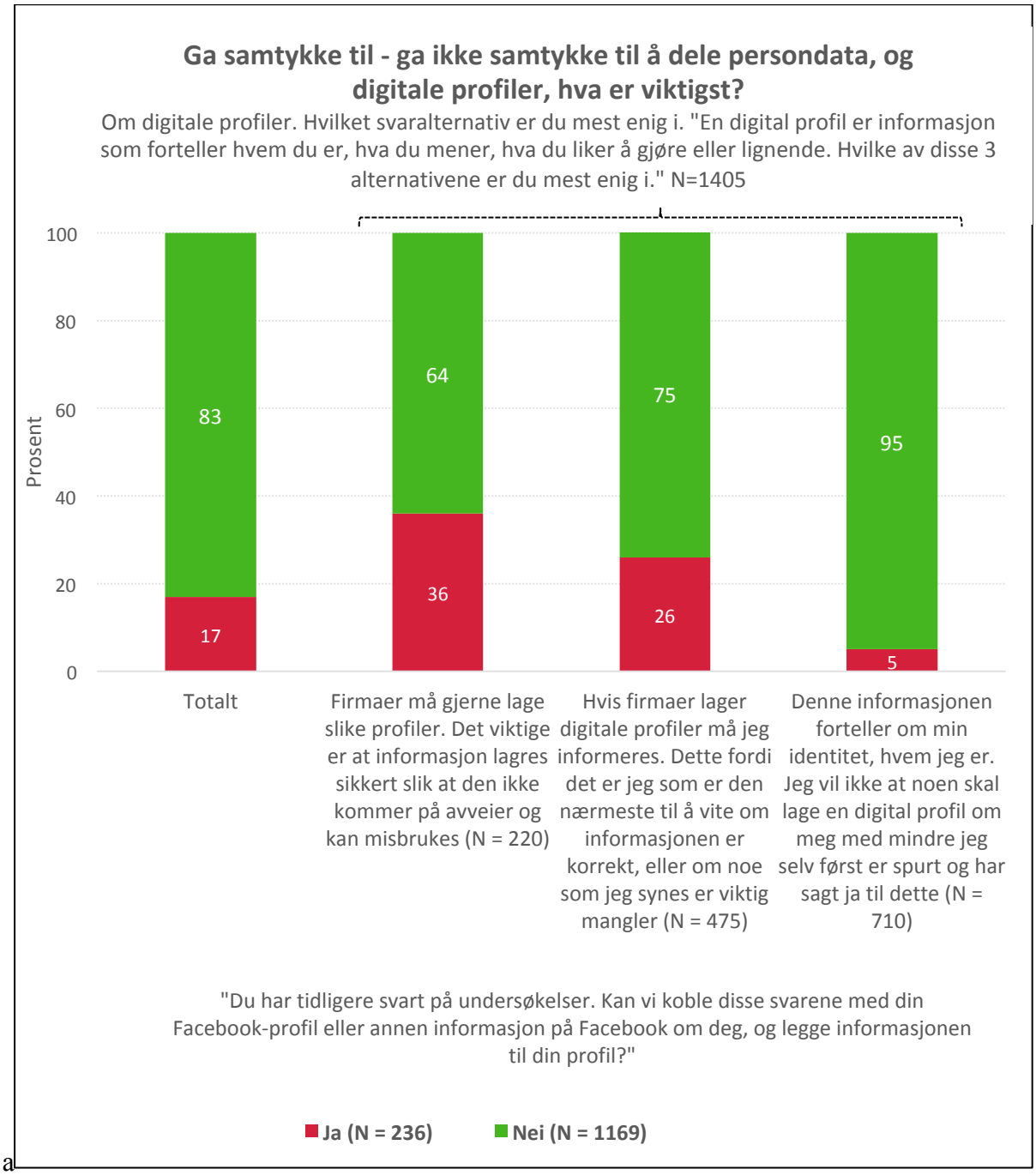


Figur 38: Digitale profiler og svaralternativet; en digital profil forteller om min identitet – jeg må spørres og si ja. Undersøkelse 1.

I undersøkelse 1 var det 26% som ga samtykke til å dele (sine) persondata. I figurene 36, 37 og 38 kommer det frem noen klare forskjeller. Blant de som på spørsmålet om digitale profiler

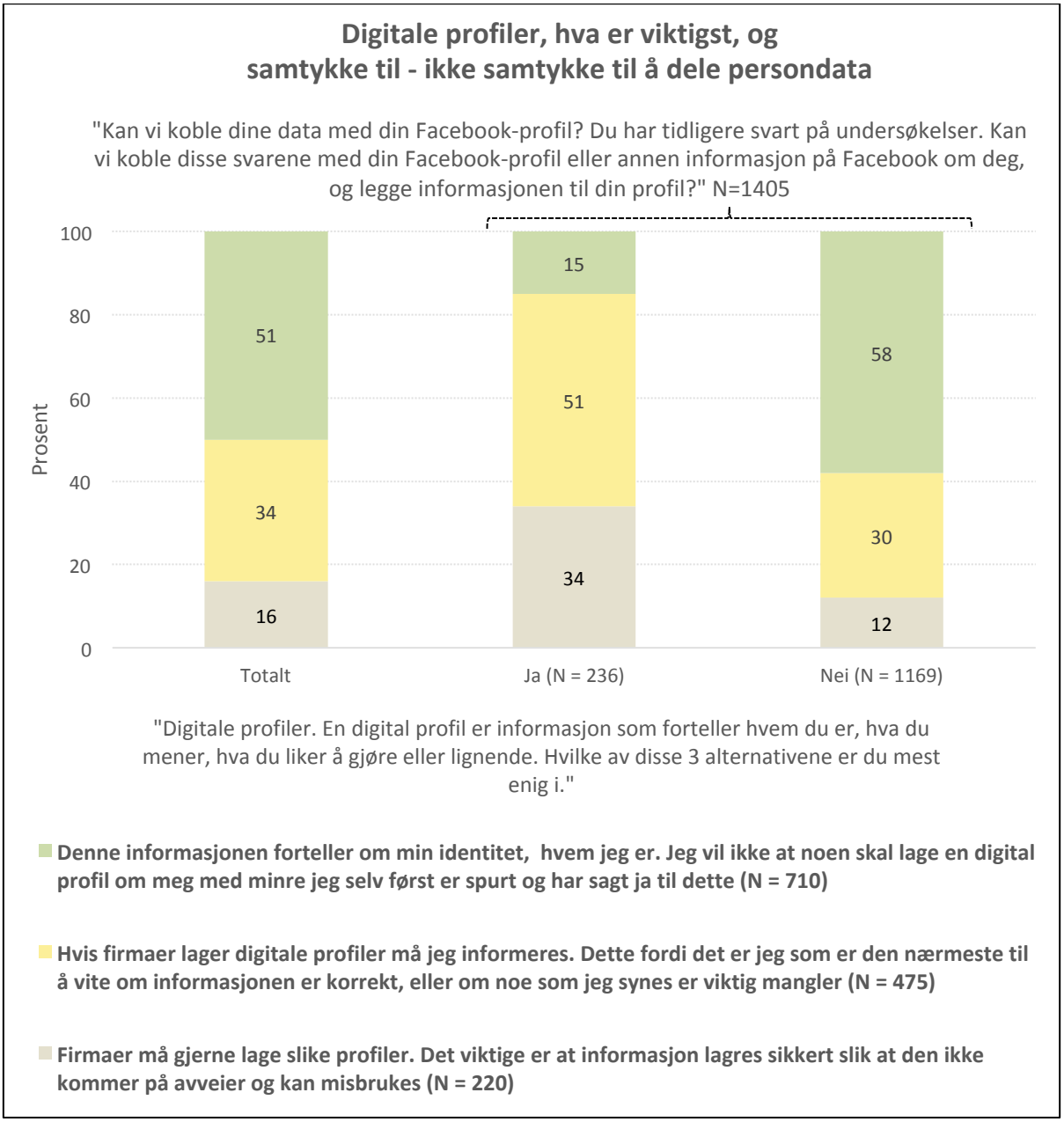
rangerte informasjonen må *lagres sikkert* først, ga hele 56% samtykke til å dele persondata. Blant de som rangerte alternativet jeg *må informeres* først, ga 32% samtykke. Dette er også over gjennomsnittet på 26%. Blant de som rangerte alternativet en *digital profil forteller om min identitet, og jeg må spørres og si ja*, ga 20% samtykke til å dele persondata.

I den andre undersøkelsen fikk deltakerne spørsmålet, hvilket av disse tre alternativene er du mest enig i.



a

Figur 39: Digitale profiler og de tre svaralternativene. Undersøkelse 2.



Figur 40: Digitale profiler og de tre alternativene. Er det forskjeller mellom de som ga samtykke til å dele persondata og de som ikke ga samtykke? Undersøkelse 2.

I den andre undersøkelsen valgte 51% (figur 40) alternativet den *digitale profilen forteller om min identitet og jeg må gi samtykke*, først. I den første undersøkelsen var andelen 69%. Mønsteret i de to undersøkelsen er likt, det er de som valgte alternativet *den digitale profilen forteller om min identitet* hvor flest ikke gir samtykke. I den andre undersøkelsen er det kun 5% som gir samtykke sammenliknet med 36% blant de som valgte *må lagres sikkert*.

Mønsteret er det samme i de to undersøkelsene. De som ikke ga samtykke legger mer vekt på å bli spurt sammenliknet med de som velger ett av de to andre alternativene.

Bør det, for tilbydere av tjenester, gjøres vanskeligere å lage digitale profiler?

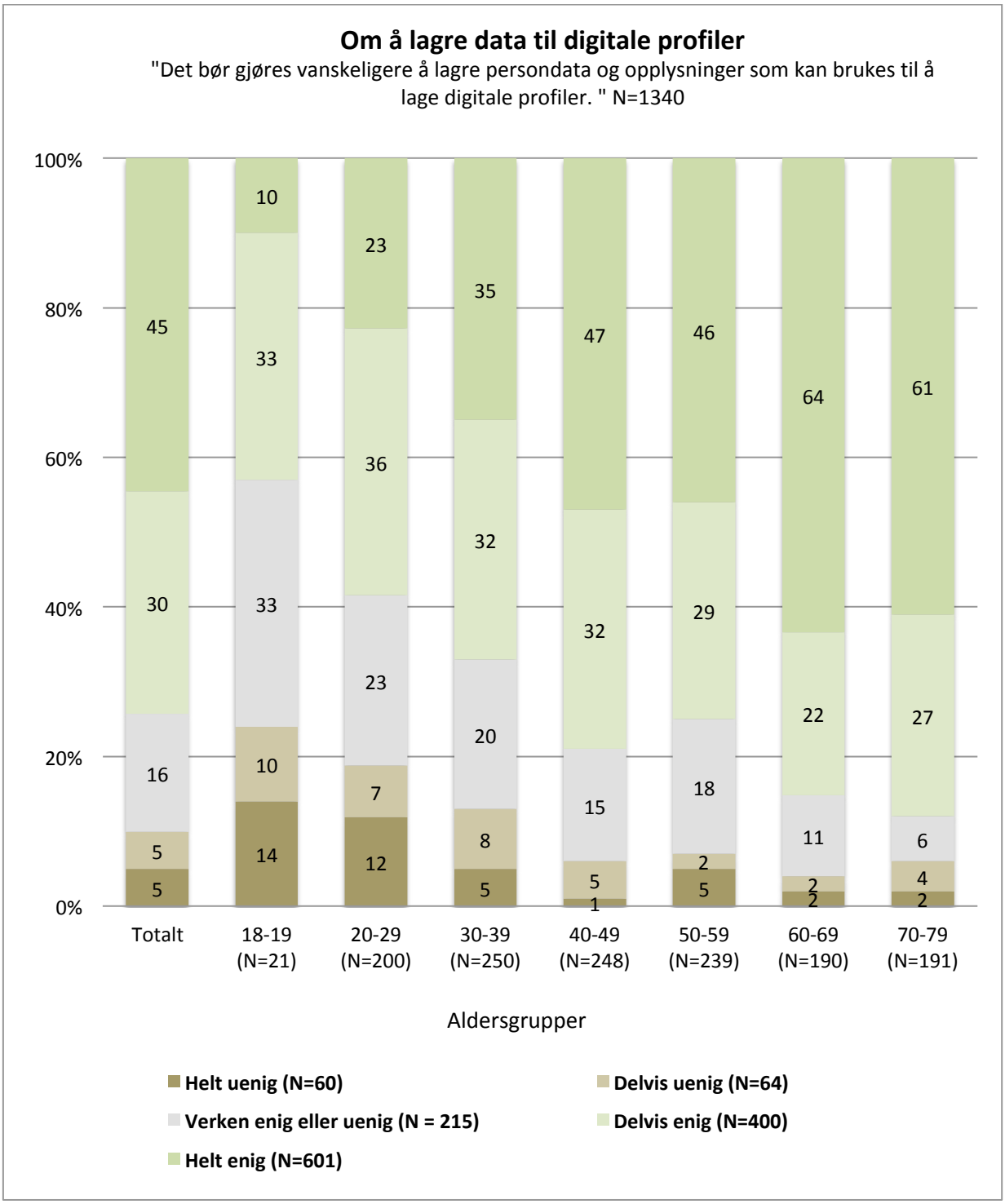
I den digitale økonomien betaler vi med våre data[8]. Data brukes til å lage profiler og mikromålretting. Datatilsynet skriver ”Mikromålretting bygger i større grad på informasjon som er nært knyttet til deg som individ, og som analyser personopplysninger samlet inn fra en rekke ulike kilder om adferd, interesser og verdier.[9]”

Det neste spørsmål er et utsagn om digitale profiler. Vi startet ikke en definisjon av digitale profiler, men skrev følgende:

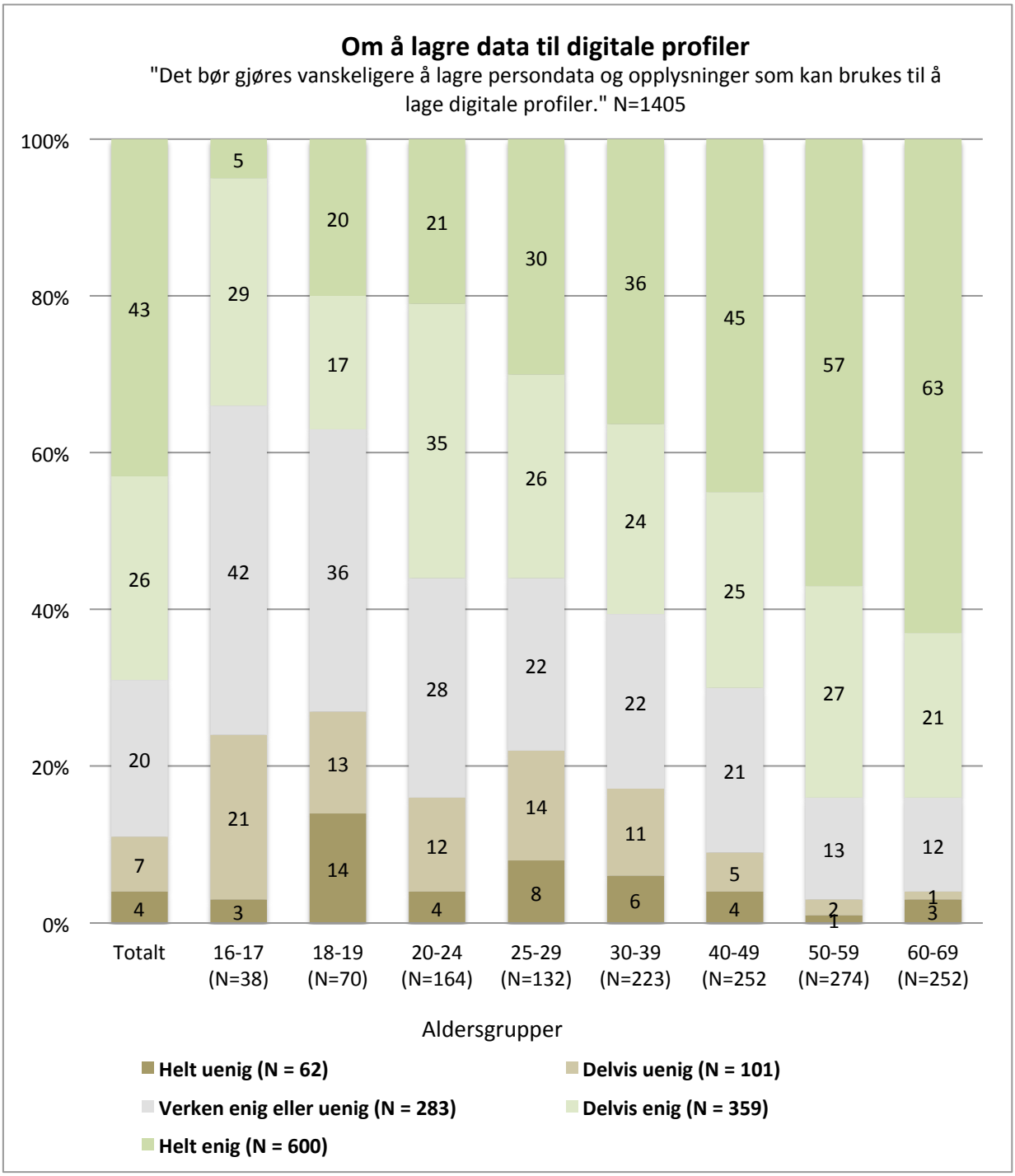
> *Din digitale profil består av det som du har publisert om deg selv, men også den informasjonen andre kan finne om deg ved å søke på nettet, bruke sosiale medier o. l. Hvis du nå ikke tenker på all informasjon som faktisk finnes i en digital verden, men på hva du ønsker for fremtiden og hvordan denne bør være - hvor enig eller uenig er du da i følgende utsagn:*
>
> *¨Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler"*

[8] Elvy, S. A. “Paying for Privacy and the Personal Data Economy.” Columbia Law Review, 2017, 117 (6): 1369–459.

[9] www.datatilsynet.no/rapporter-og-utredninger



Figur 41: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 1.

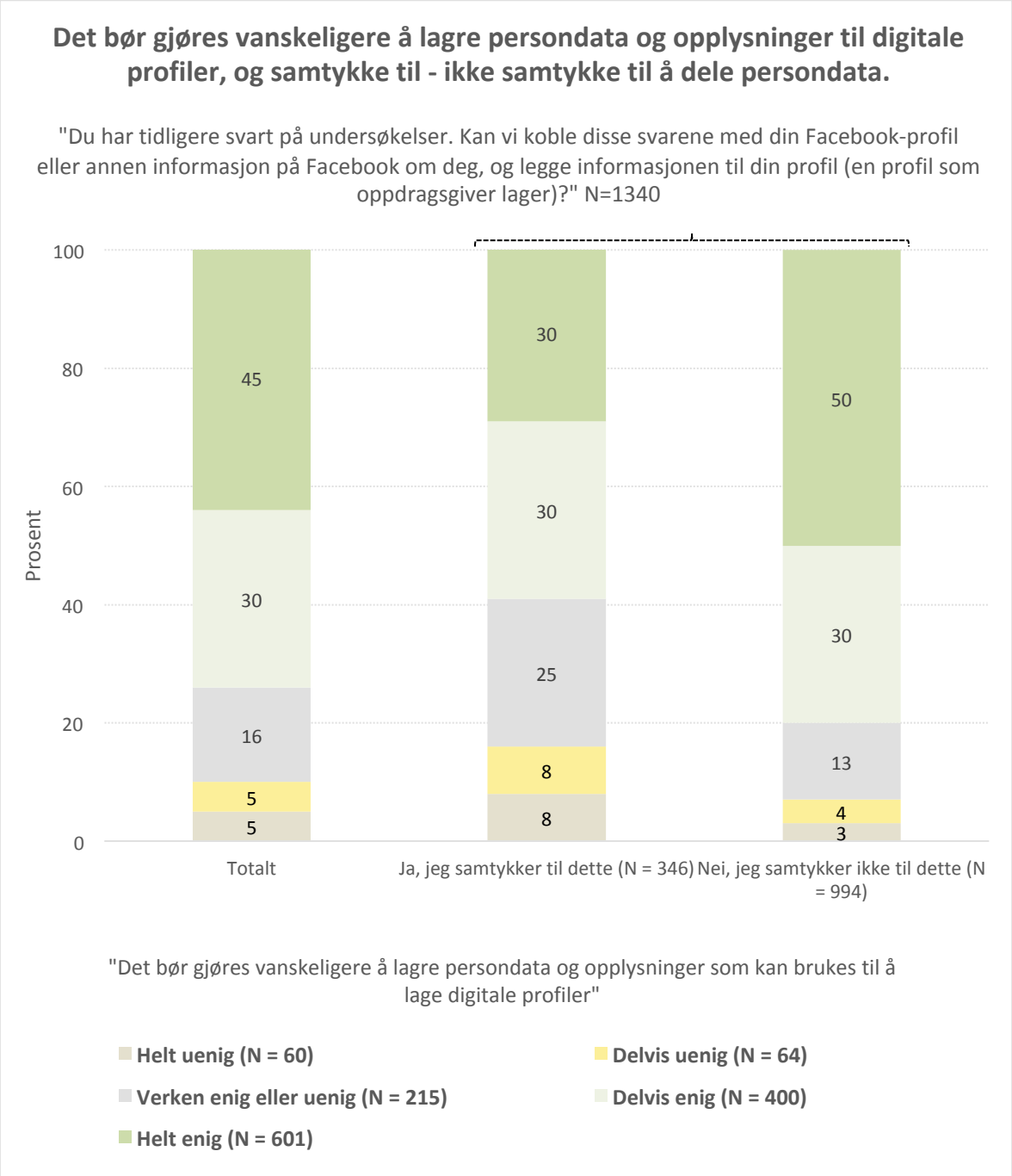


Figur 42: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 2.

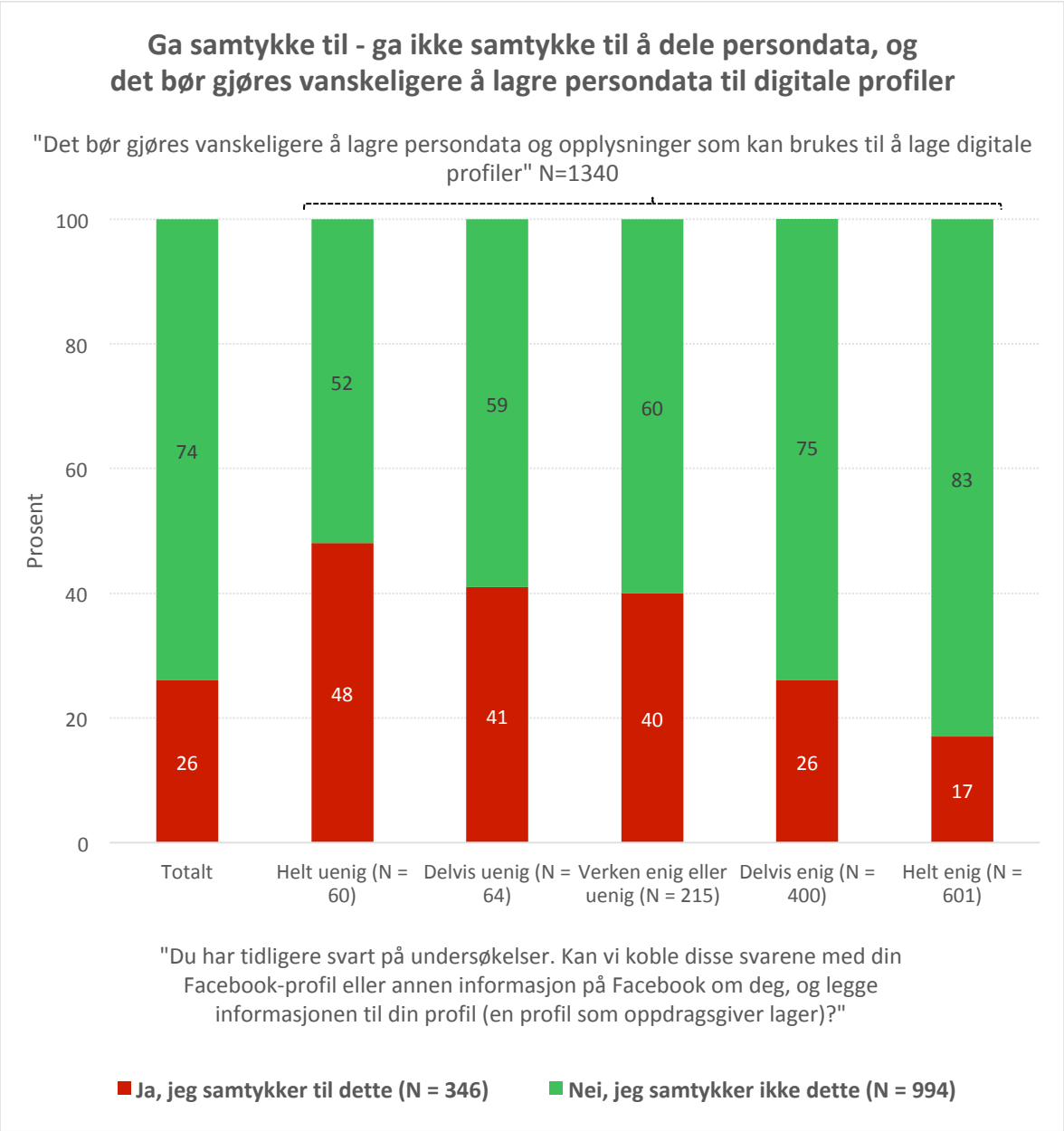
Vi stilte flere spørsmål om digitale profiler rett før påstanden om at det bør gjøres vanskeligere å lage digitale profiler. Dette kan ha ført til at flere tenker igjennom hvorfor digitale profiler lages, og hva de brukes til. Det er på denne bakgrunn forventet at det er flere som er enige enn uenige i påstanden. Det er meget få, henholdsvis 10% (5+5) og 11% (4+7) i de to undersøkelsene som svarte uenig eller delvis uenig i påstanden, se figurene 41 og 42.

For de som mener at personvern er viktig, men vanskelig å få til i en digital verden, er synspunktene på digitale profiler interessante. Mange mener at deres, og ikke virksomhetenes interesser, i større grad bør ivaretas. Undersøkelsene viser for øvrig at kunnskapen om GDPR i befolkningen er begrenset (se avsnittet om GDPR, side 86).

Hva mener de som de som ga samtykke sammenliknet med de som ikke ha samtykke om dette spørsmålet om det skal gjøres vanskeligere å lage digitale profiler?



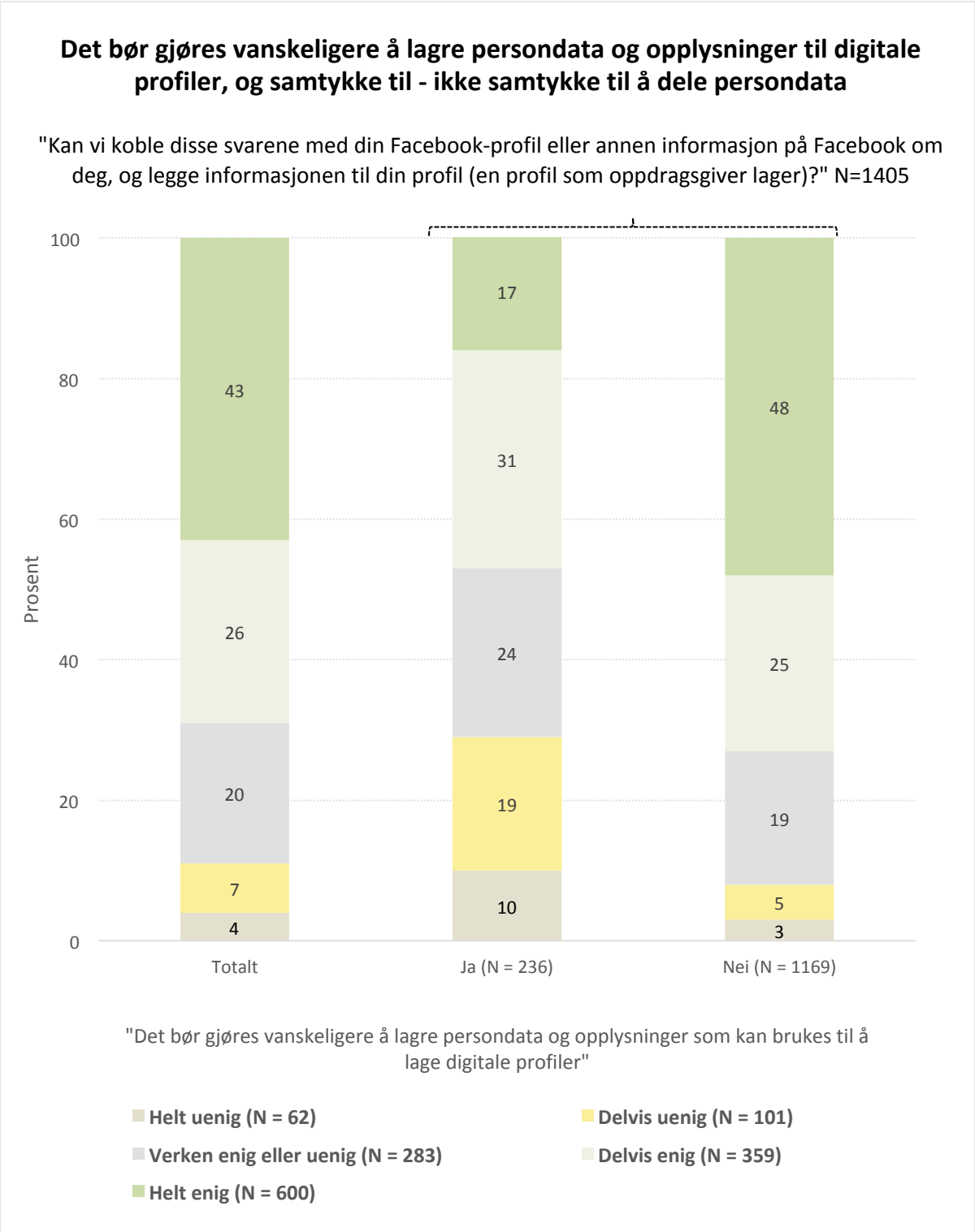
Figur 43: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 1.



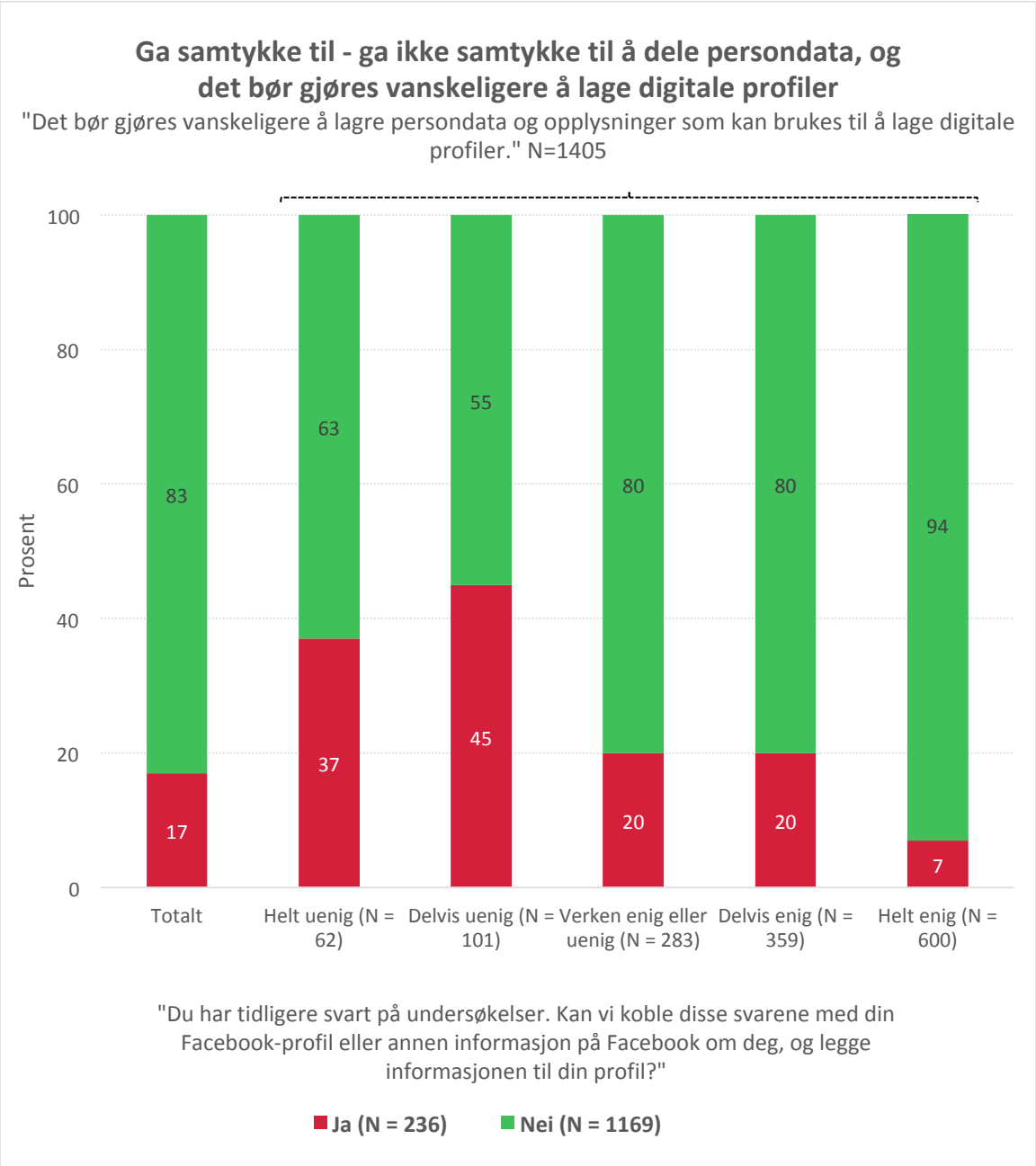
Figur 44: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Sammenlikning, ga samtykke til og ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.

Det er 50% (se figur 43) i gruppen som ikke ga samtykke som er helt enig i utsagnet det bør gjøres vanskeligere å lage digitale profiler. Det er 30% i den andre gruppen.

Dette ser vi også i figur 44 som viser at hele 48% blant de som svarte helt uenig i at det skal gjøres vanskeligere å lage digitale profiler, ga samtykke til å dele persondata. Av de som svarte helt uenig var det 17% som ga samtykke til å dele persondata.



Figur 45: Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. Undersøkelse 2.



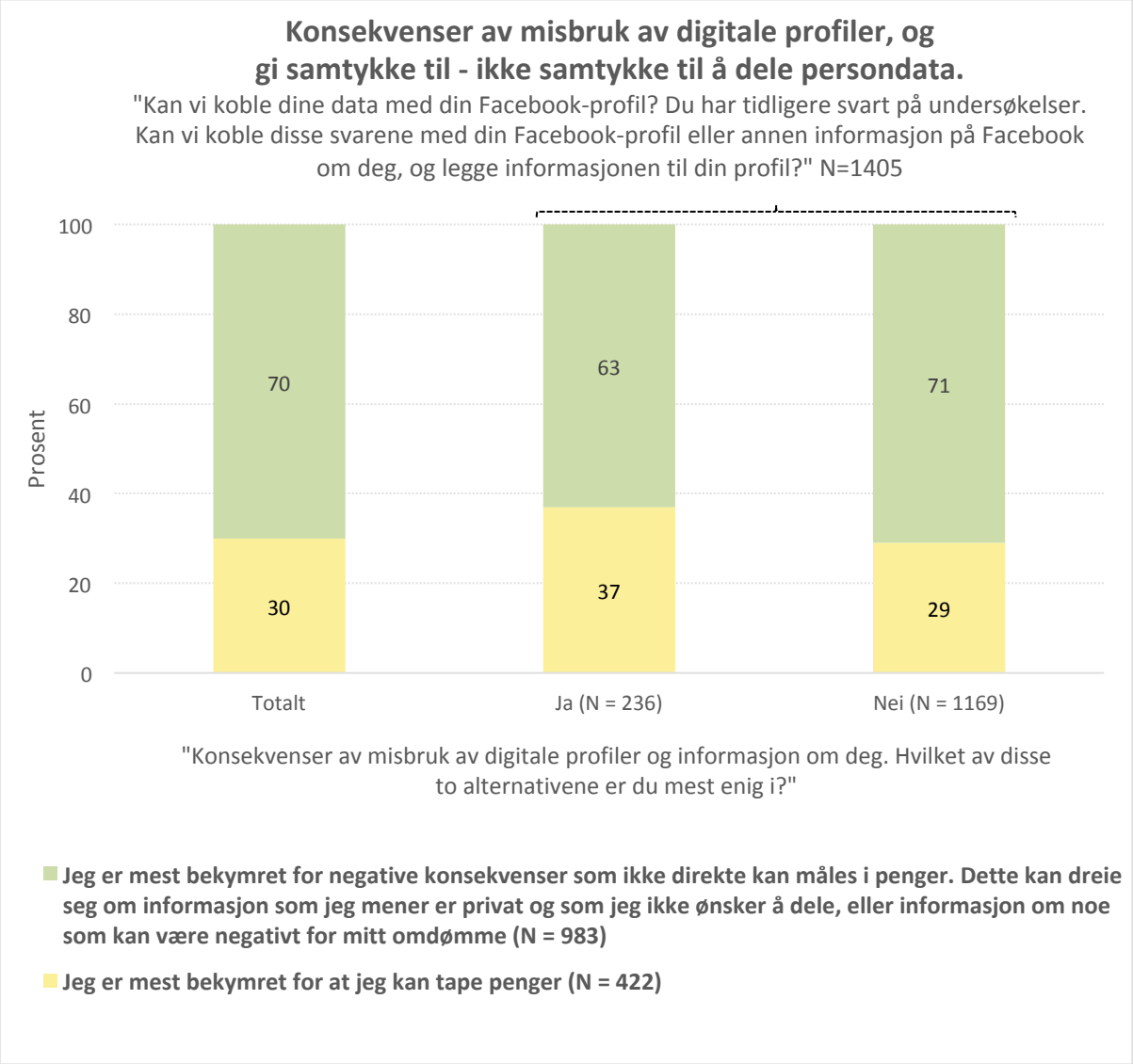
Figur 46: Om samtykke til å dele persondata, og "Det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler." Undersøkelse 2.

Resultatet er det samme som i undersøkelse 1. Blant de i undersøkelse 2 som ikke ga samtykke til å dele persondata var 48% helt enig i at det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler. En lav prosentandel, 7% som var helt enig i at det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata for dette formålet, ga samtykke til å dele persondata.

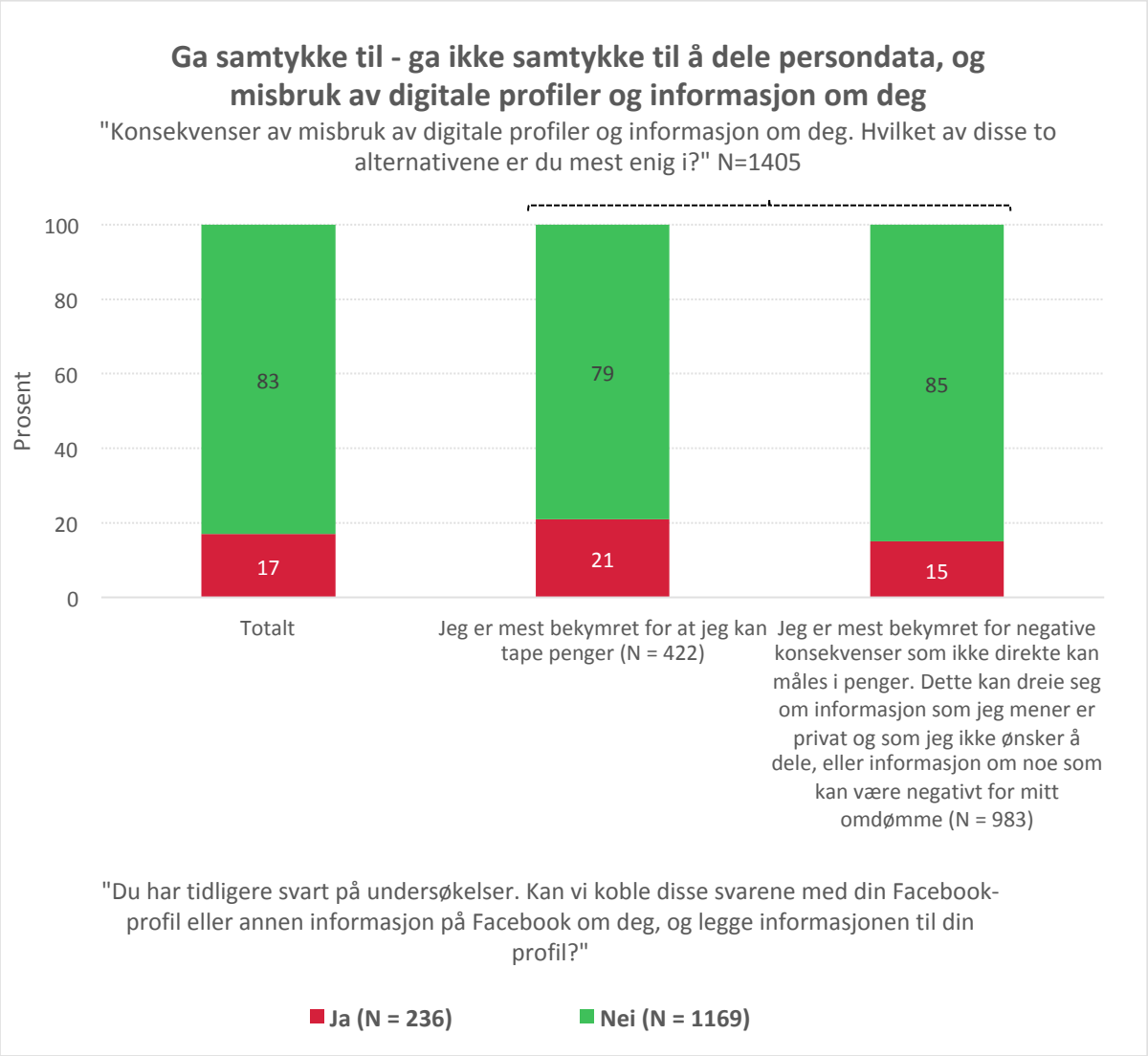
Informasjon kan misbrukes, er tap av penger det mange er mest bekymret for?

I den andre undersøkelsen fikk deltakerne disse to svaralternativene etter dette utsagnet;

> Konsekvenser av misbruk av digitale profiler og informasjon om deg. Hvilket av disse to alternativene er du mest enig i?
>
> *Jeg er mest bekymret for å tape penger, eller*
>
> *Jeg er mest bekymret for negative konsekvenser som ikke direkte kan måles i penger. Dette kan dreie seg informasjon som jeg mener er privat og som jeg ikke ønsker å dele, eller informasjon om noe som kan være negativ for mitt omdømme.*



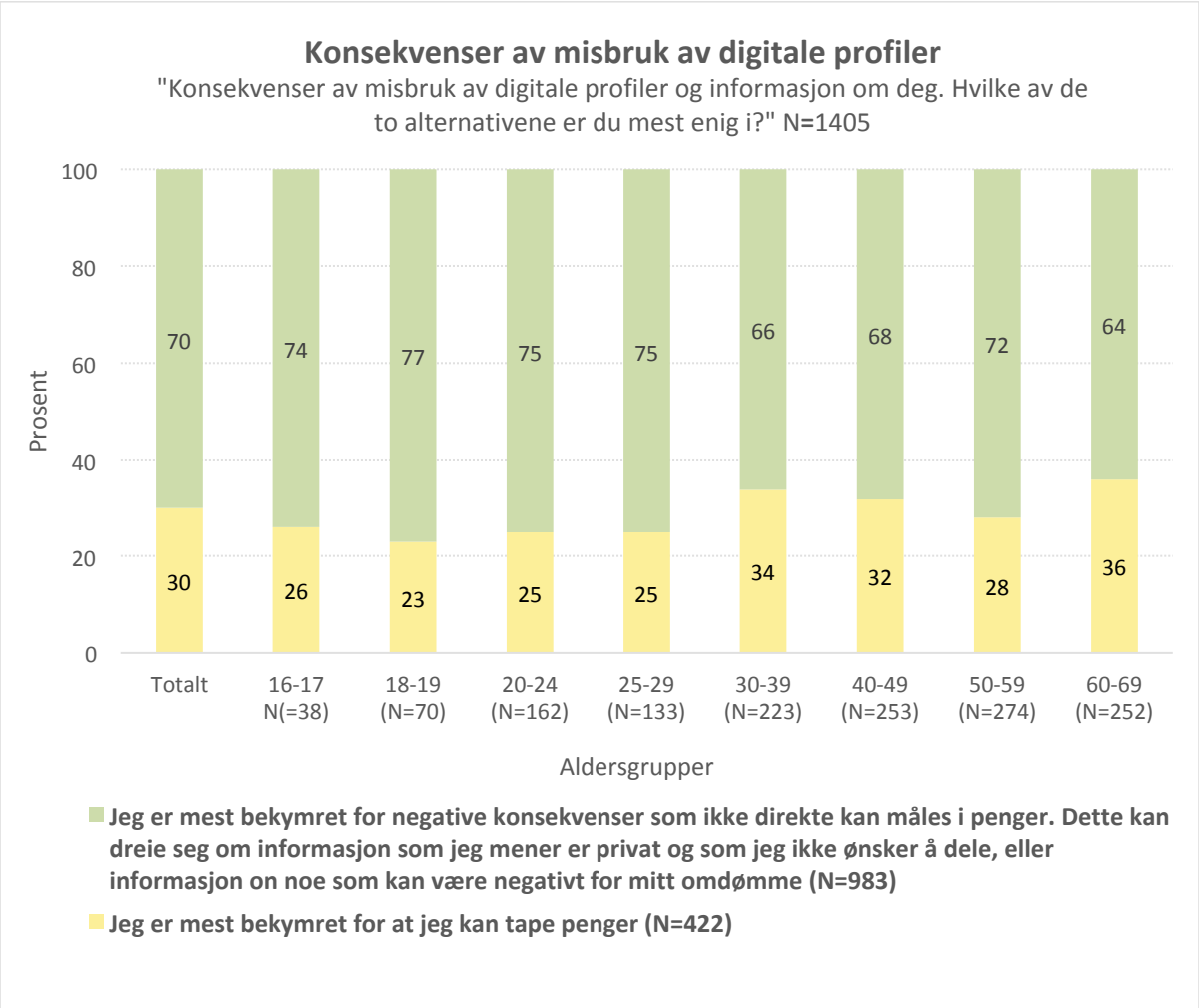
Figur 47: Konsekvenser av misbruk av digitale profiler, de som ga samtykke sammenliknet med de som ikke ga samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



Figur 48: Konsekvenser av misbruk av digitale profiler. Sammenlikning, ga samtykke til og ga ikke samtykke til. Undersøkelse 2.

Et klart flertall valgte det andre alternativet om privatliv og omdømme. Spørsmålet kommer etter flere spørsmål om digitale profiler, og det er grunn til å anta at dette kan ha påvirket noen til å tenke mer på personvern enn om spørsmålet var stilt i en annen sammenheng. Det er derfor ikke overraskende at det er flere som velger dette andre alternativet sammenliknet med det først. Figurene 47 og 48 viser at det kun er små forskjeller mellom gruppene ga samtykke - ga ikke samtykke til å dele persondata.

Misbruk av informasjon kan skje. Vi presenterte to mulige negative konsekvenser; tap av penger eller noe som er negativet for omdømme, for eksempel som følge av privat informasjon på avveie.



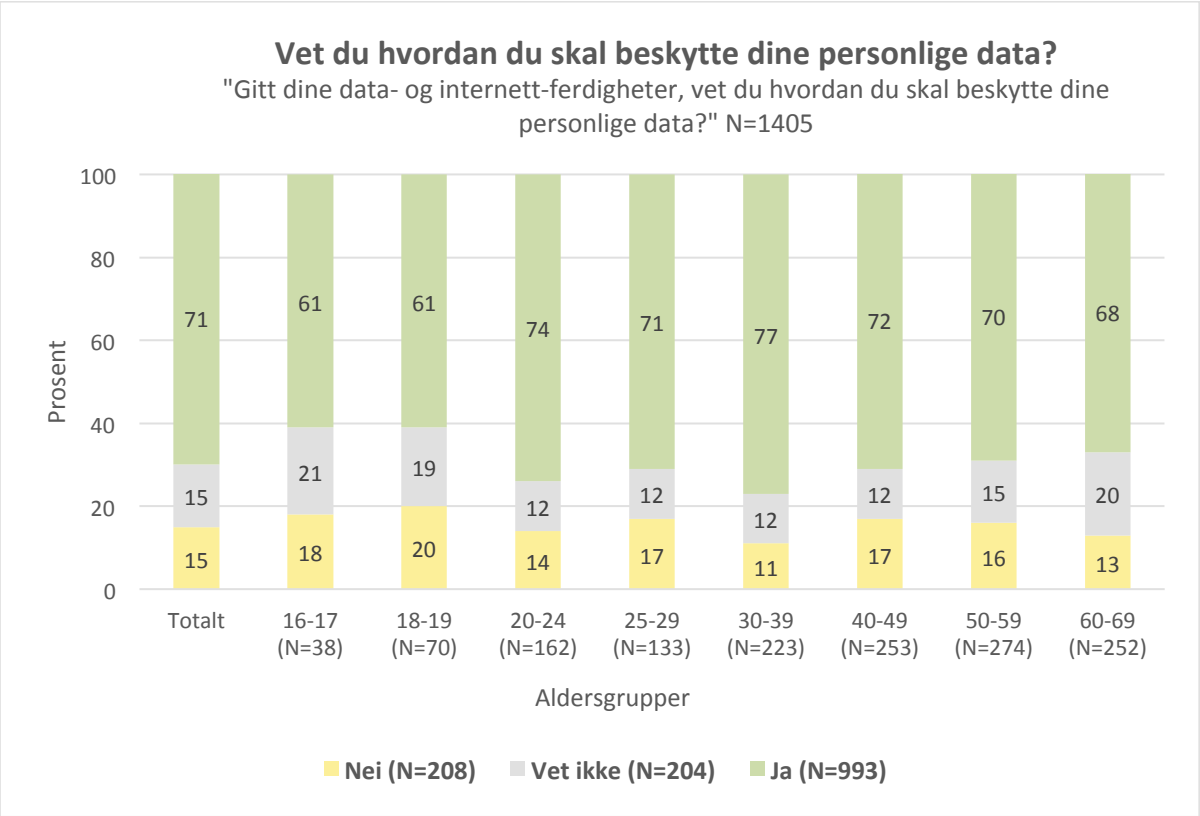
Figur 49: Konsekvenser av misbruk av digitale profiler. Undersøkelse 2.

Det er ikke tap av penger som flertallet velger, men negative konsekvenser som ikke kan måles i penger. 70% valgte dette svaralternativet. I figur 49 viser vi svarfordeling etter alder. Det er en noe høyere andel av de yngre til og med 29 år som velger dette alternativet sammenliknet med de øvrige aldersgruppene.

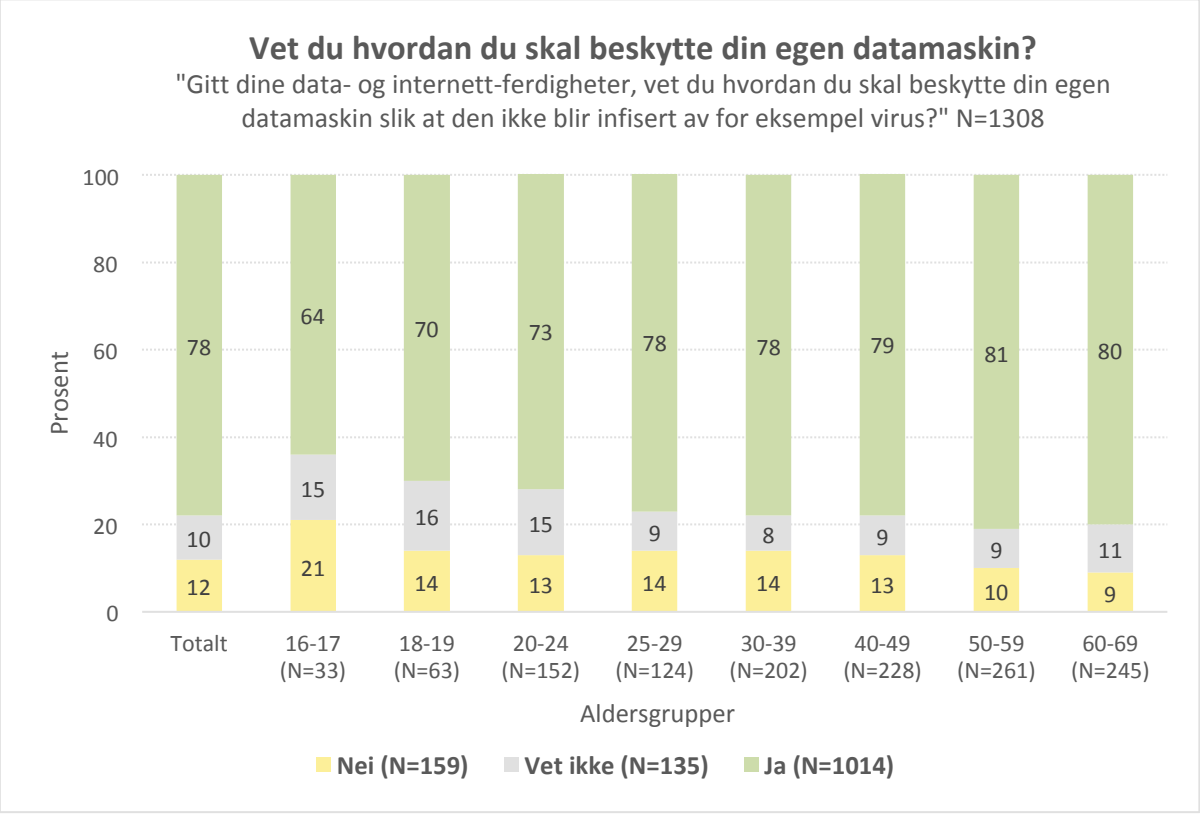
Gjør en noe for å hindre deling av data og kunnskap om å beskytte sine data?

I denne delen av undersøkelsen (nr. 2) stilte vi noen spørsmål for å få informasjon om hva den enkelte (eventuelt) gjør for å beskytte sin mobil, PC, sine data. Vi har ikke tilgang til faktisk adferd og det kan være vanskelig å huske hva man har gjort, eller ikke gjort. Det kan også være noen som svarer det en bør svare, at en tar sine forholdsregler og gjør noe for å beskytte sine data. Det finnes mer nøyaktige metoder enn enkle spørsmål i et spørreskjema. For dette temaet mener vi det en del usikkerhet knyttet til svarene, men den enkelte vil mange ganger være den nærmeste til å vite hva en har gjort eller gjort for å beskytte sine data.

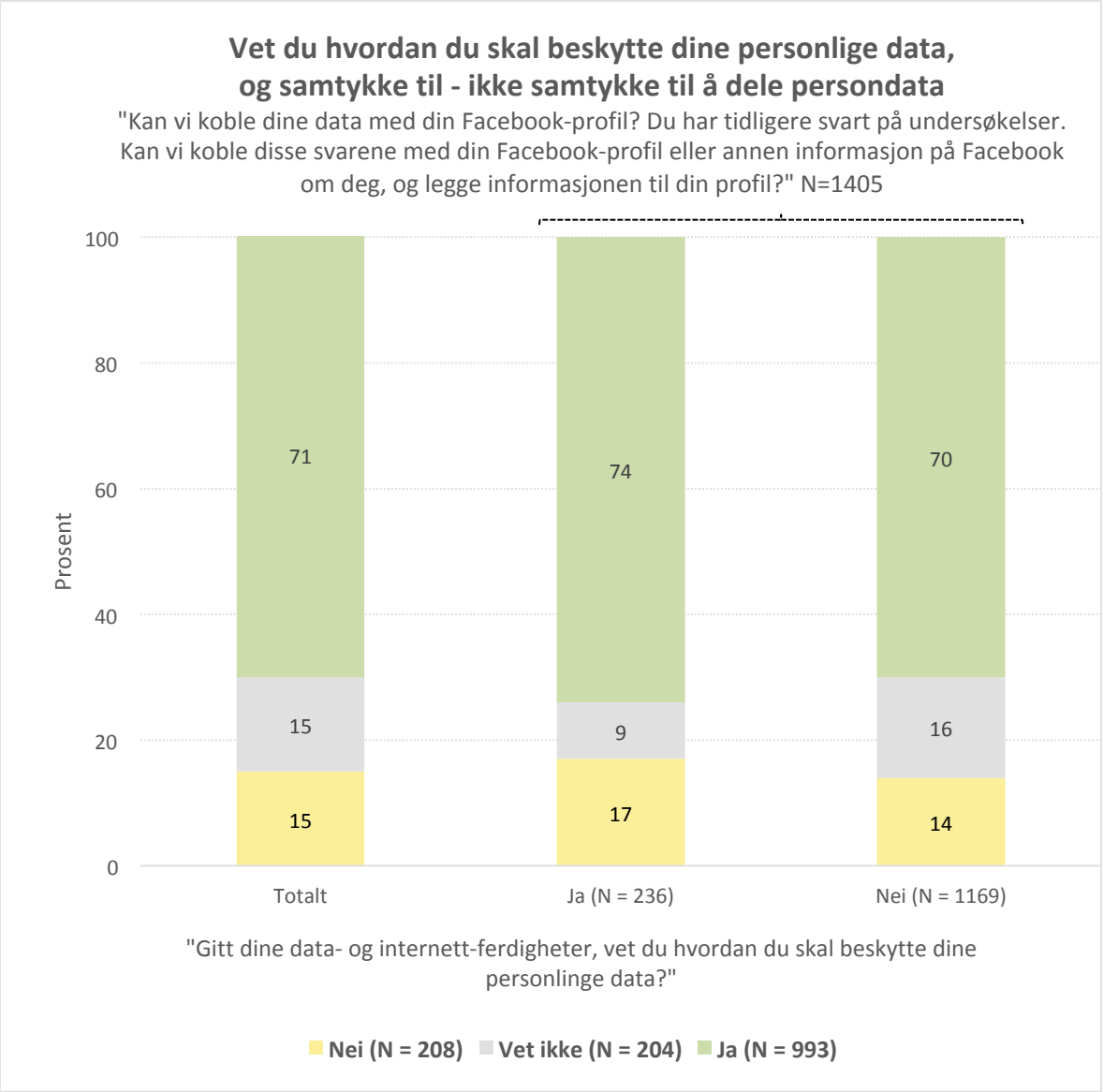
Først spurte vi om en vet hvordan man skal beskytte sine data, og beskytte sin PC mot virus.



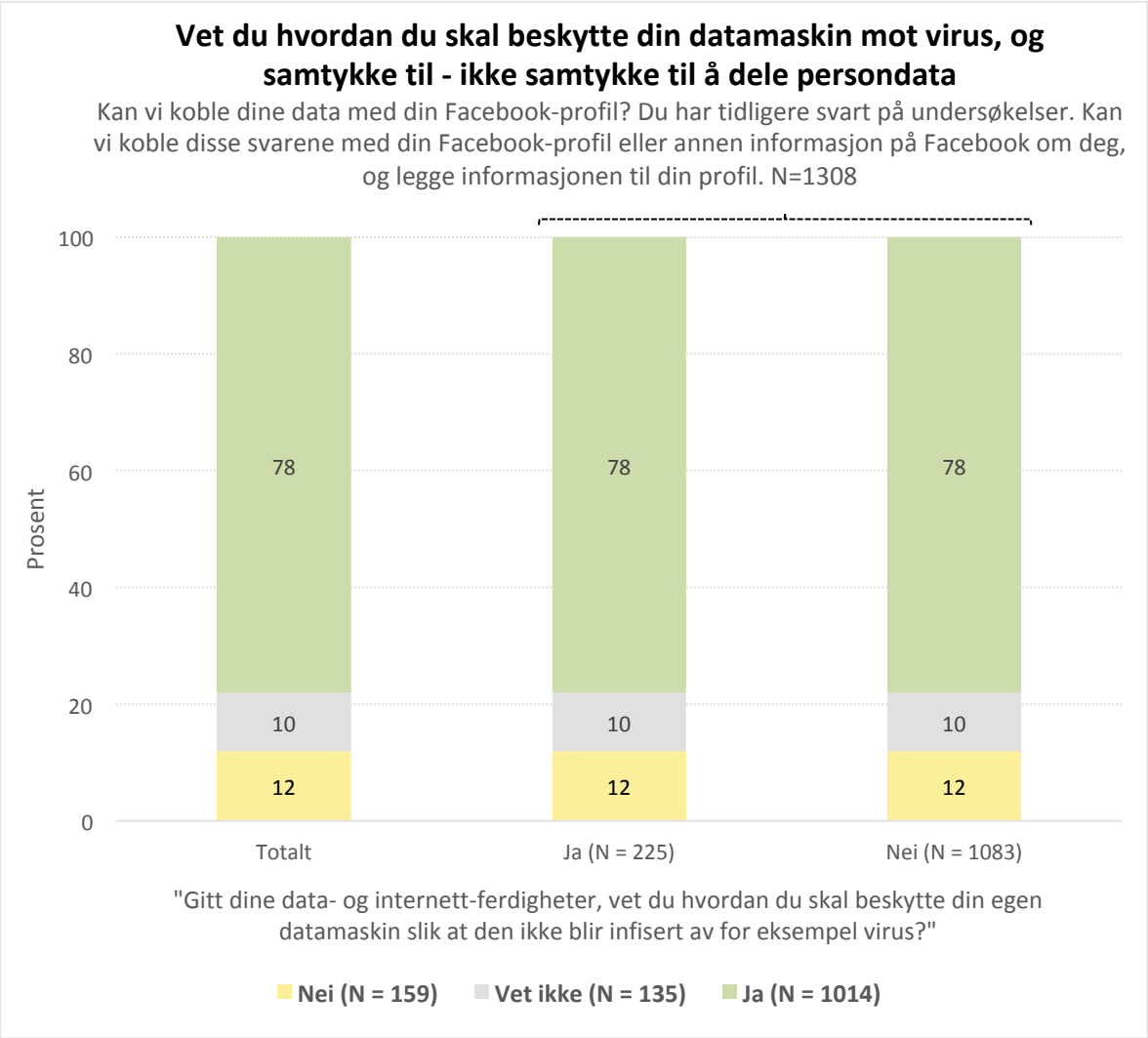
Figur 50: Vet du hvordan du skal beskytte dine personlige data? Aldersgrupper. Undersøkelse 2.



Figur 51: Vet du hvordan du skal beskytte din egen datamaskin mot virus? Aldersgrupper. Undersøkelse 2.



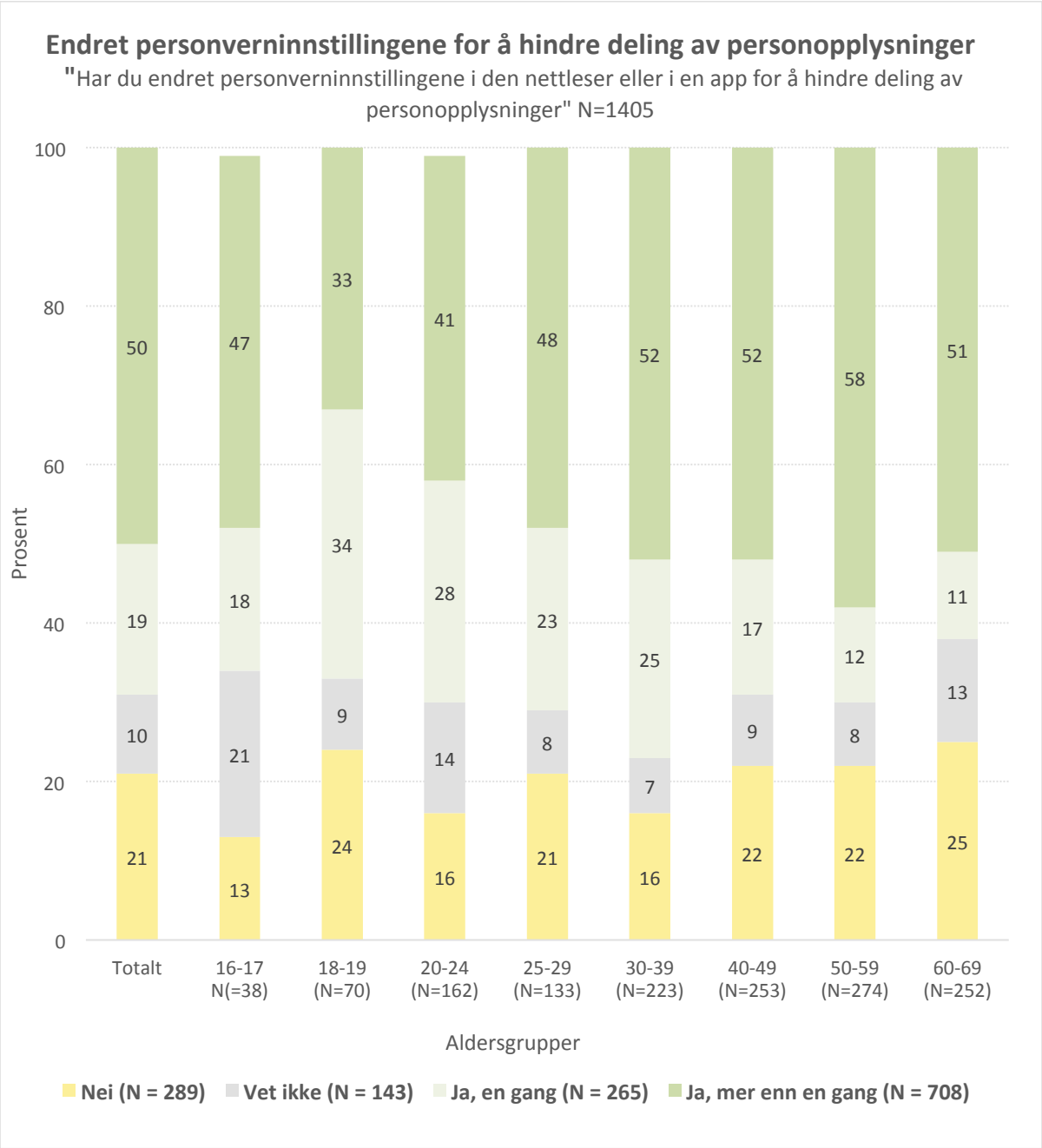
Figur 52: Vet du hvordan du skal beskytte dine personlige data? Samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



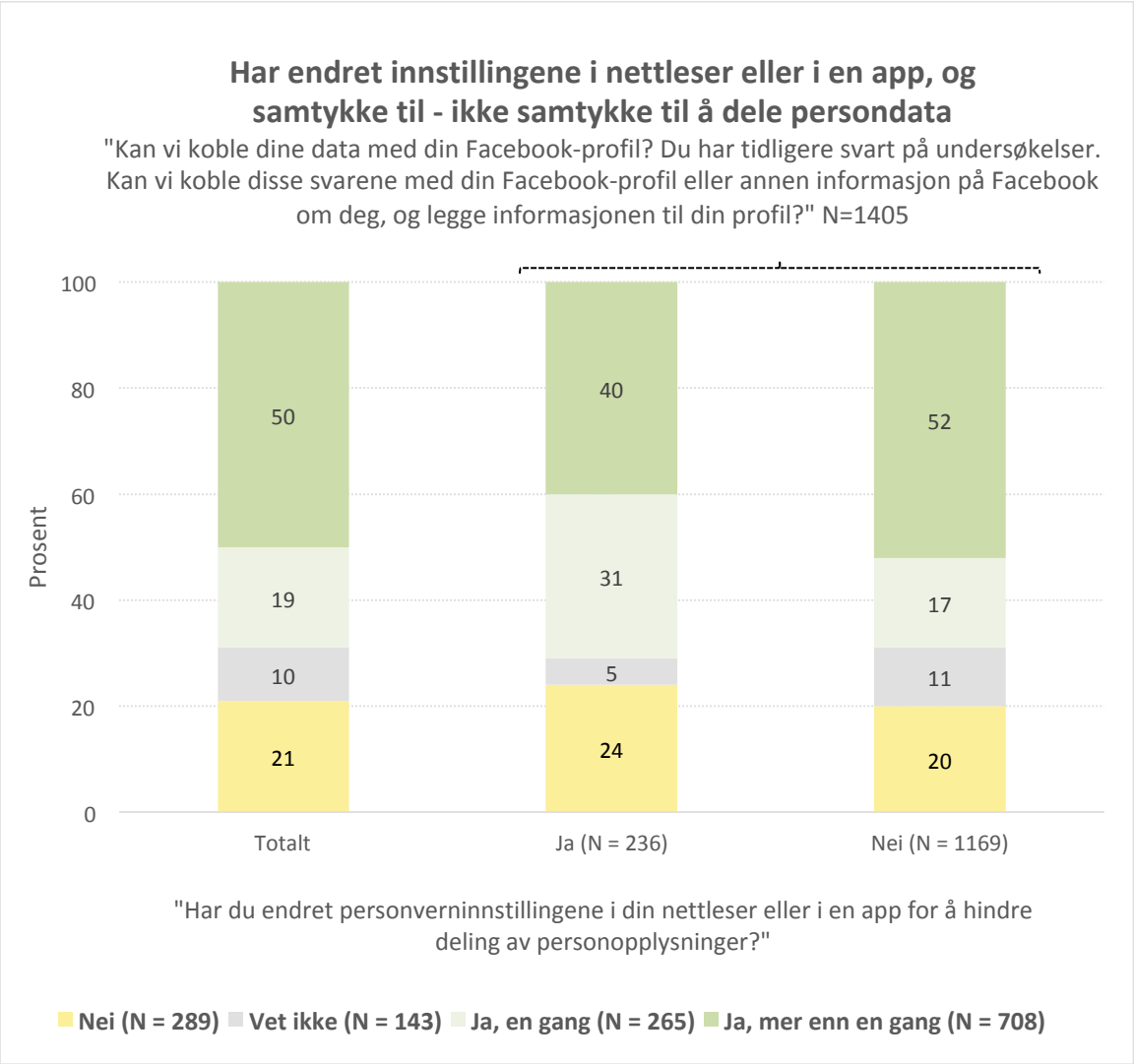
Figur 53: Vet du hvordan du skal beskytte din datamaskin mot virus? Samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

De fleste mener de kan beskytte sine data og beskytte sin datamaskin mot virus. Andel som svarer nei er bare 15% og 12%.

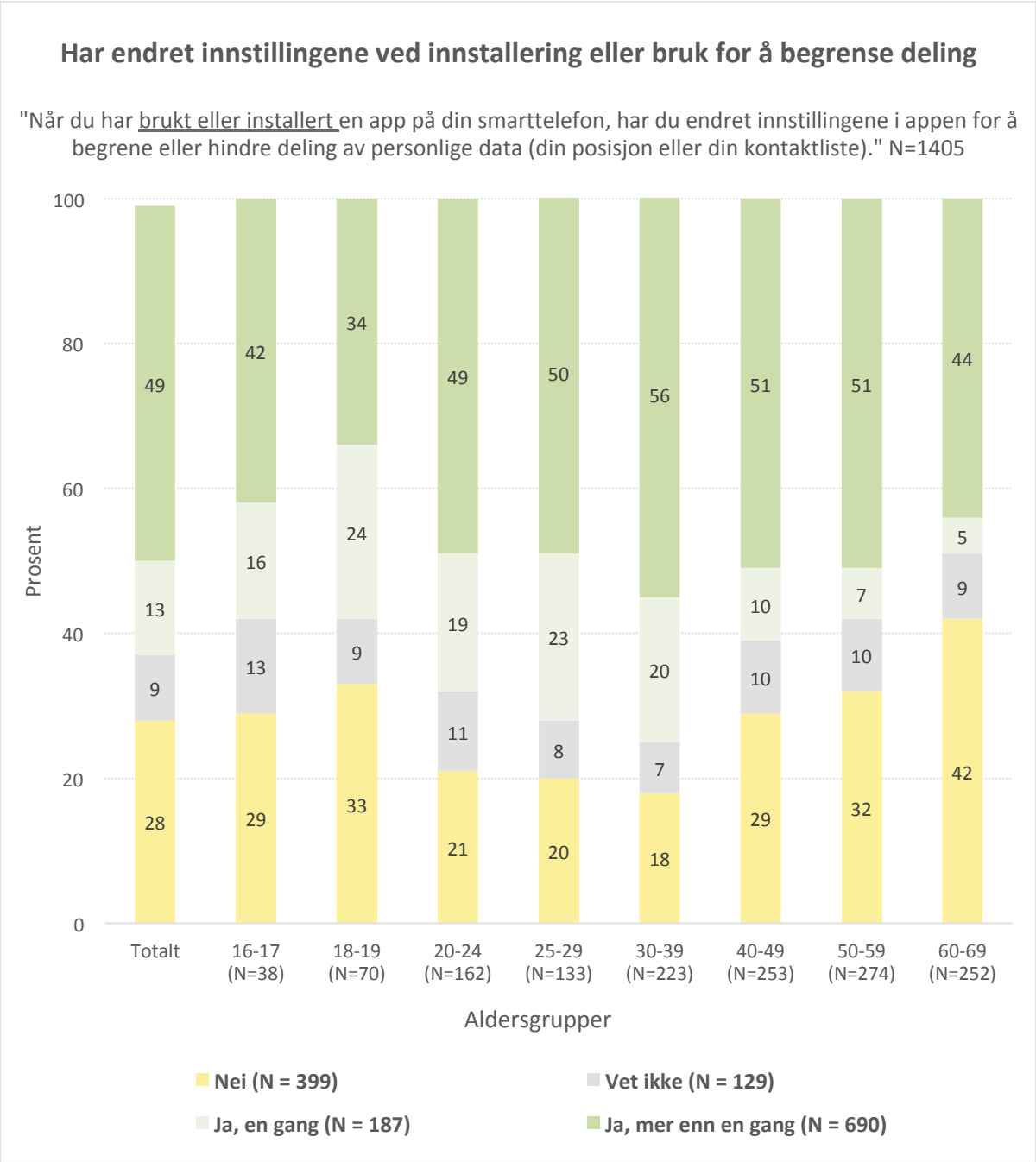
I mange tilfeller er, det mulig å gjøre endringer som hindrer deling av personopplysninger. Vi spurte to spørsmål om en har endret innstillingene ved bruk og/eller innstallering.



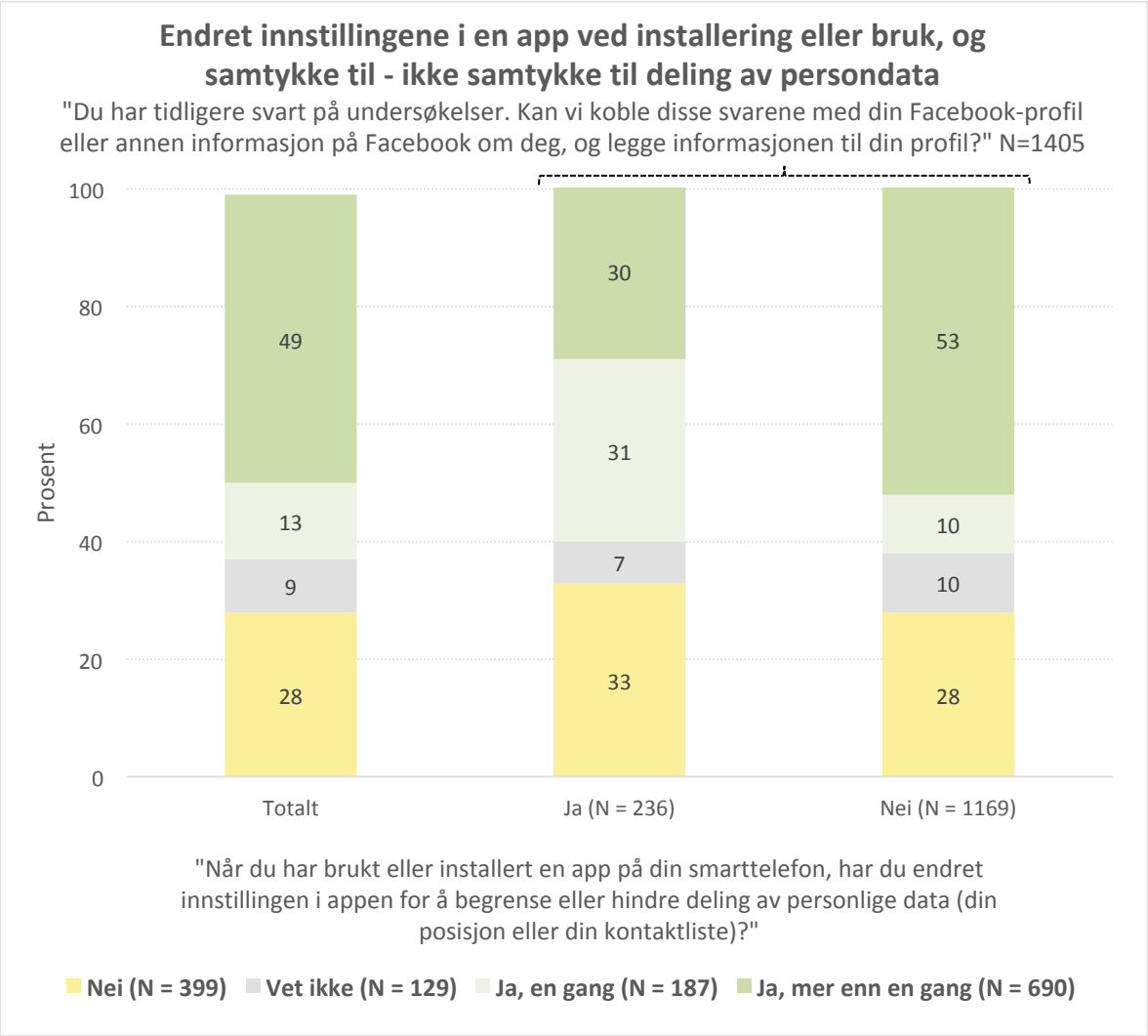
Figur 54: Har du endret personverninnstillingene i din nettleser eller i en app for å hindre deling av personopplysninger? Undersøkelse 2.



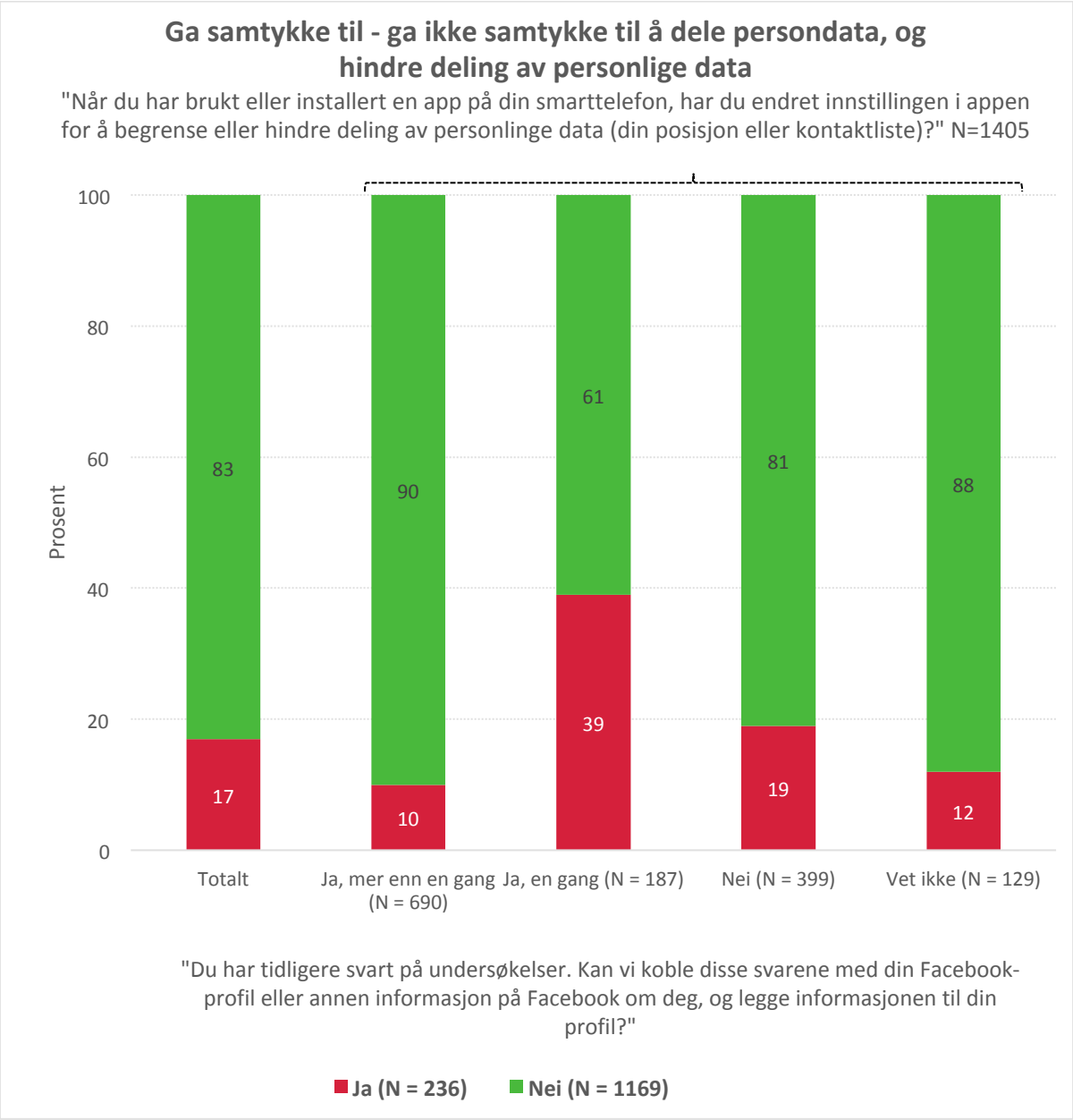
Figur 55: Har du endret personverninnstilingene i din nettleser eller i en app for å hindre deling av personopplysninger. Sammenlikning, samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



Figur 56: Når du har brukt eller installert en app på din smarttelefon, har du endret innstillingen i appen for å begrense eller hindre deling av personlig data? Undersøkelse 2.



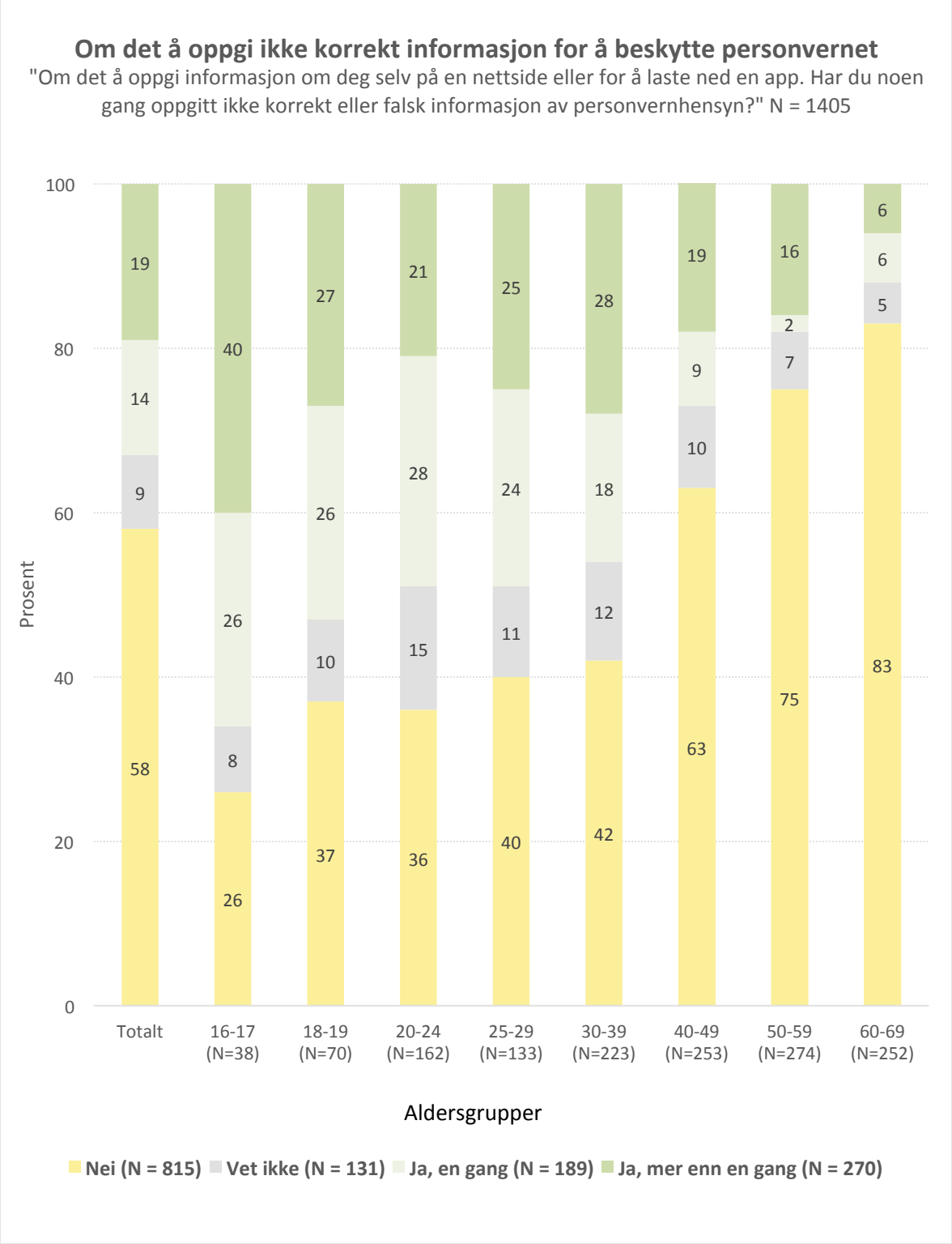
Figur 57: Endret personverninnstillingene i en app for å hindre deling av person-opplysninger. Sammenlikning, gir samtykke - gir ikke samtykke. Undersøkelse 2.



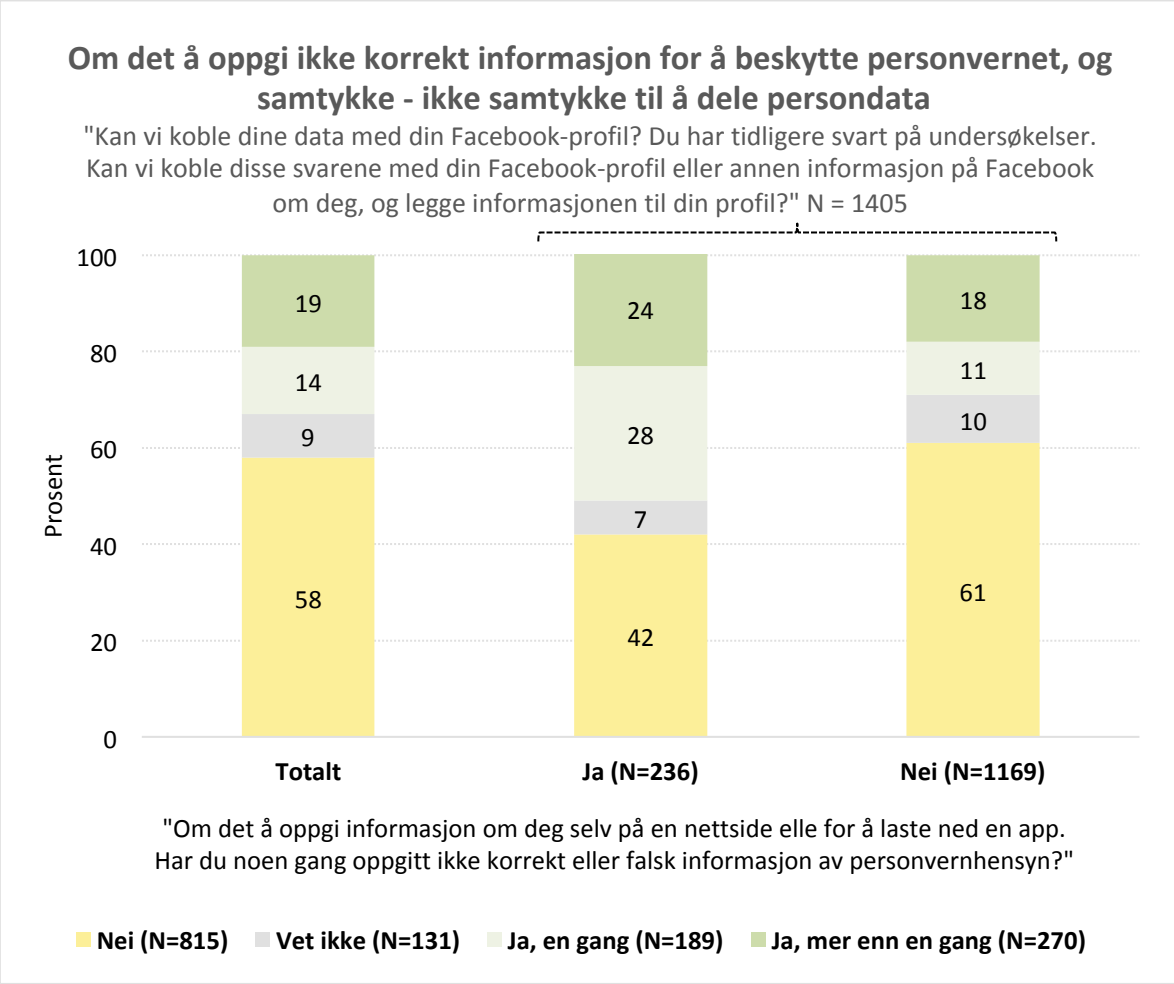
Figur 58: Har du endret innstillingen i apper for å begrense eller hindre deling av personlige data. Undersøkelse 2.

Det er vanlig å endre innstillingene, for mange aldersgrupper (figur 56) svarer ca. 50% at de har gjort dette flere ganger.

Ofte får en ikke noe valg, man må opprette en bruker og lage en profil. En mulighet er da å oppgi ikke korrekt informasjon, for eksempel ved å lage seg en fiktiv bruker. Vi spurte om en har oppgitt ”ikke korrekt eller falsk informasjon av personvernhensyn”?



Figur 59: Har du noen gang oppgitt ikke korrekt eller falsk informasjon av personvernhensyn? Undersøkelse 2.

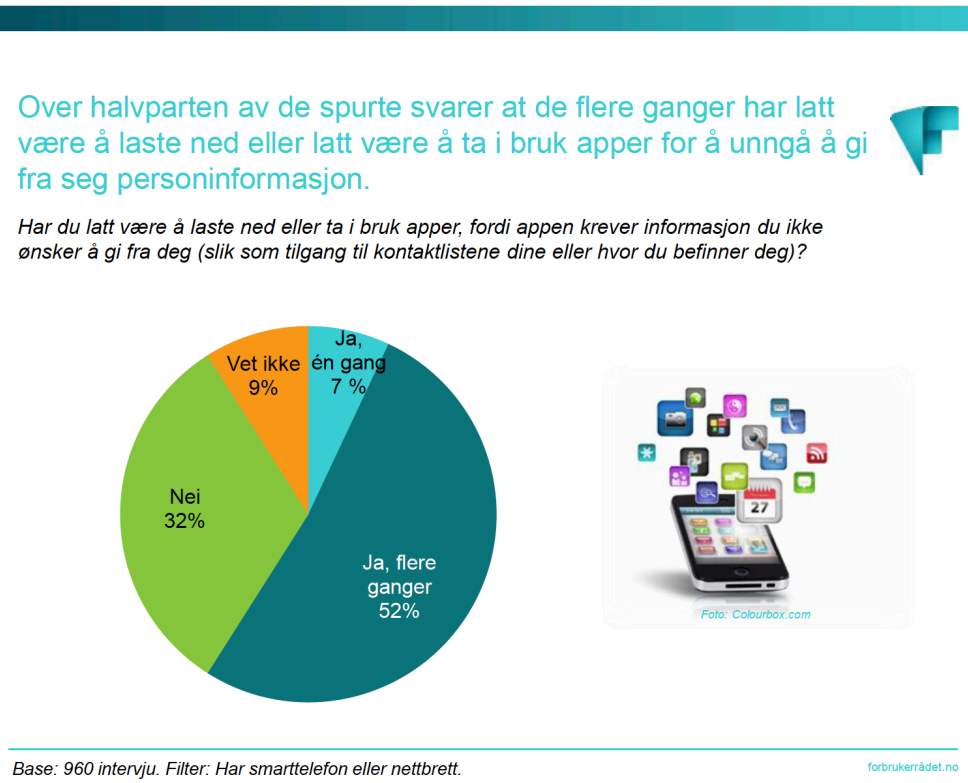


Figur 60: Har du oppgitt falsk informasjon. Sammenlikning, gir samtykke - gir ikke samtykke. Undersøkelse 2.

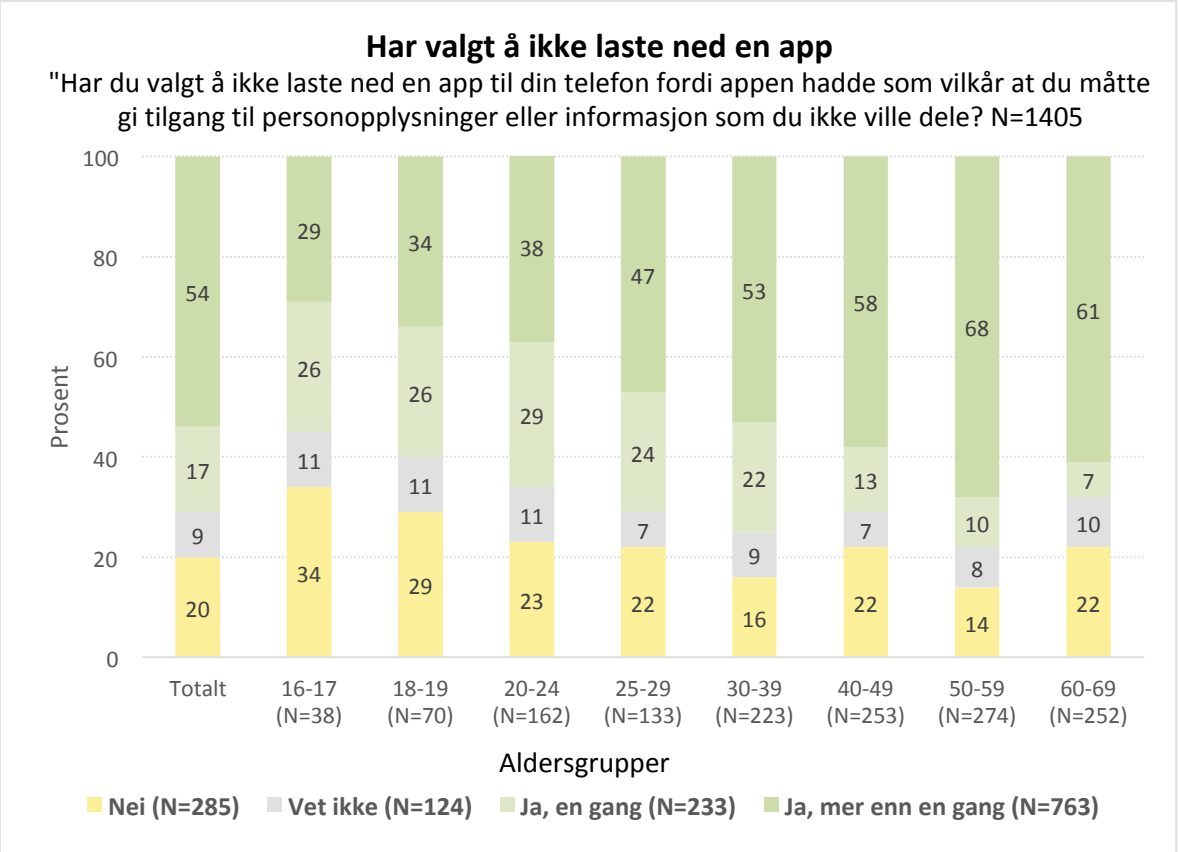
Figur 59 viser en tydelig aldersforskjell. Det å oppgi ikke korrekt informasjon er vanlig blant de yngre, men i liten grad blant de eldre.

Det er et alternativ å ikke laste ned appen eller bruke tjenesten. Når en reagerer på hva en blir bedt om å si ja til kan man velge å ikke laste ned appen. Er dette vanlig? Hvor mange svarte ja, det har hendt at jeg ikke lastet ned en appen for eksempel fordi appen ba med si ja til å dele informasjon som en ikke ønsket å dele?

På den neste siden viser vi en figur fra Forbrukerrådets befolkningsundersøkelse 2015, publisert 17. februar 2016. Figuren viser svarfordelingen på spørsmålet om å la være å laste ned en app for å unngå å gi fra seg personinformasjon. I den andre undersøkelsen stilte vi et tilsvarende spørsmål om å la være å laste ned eller bruke en app.

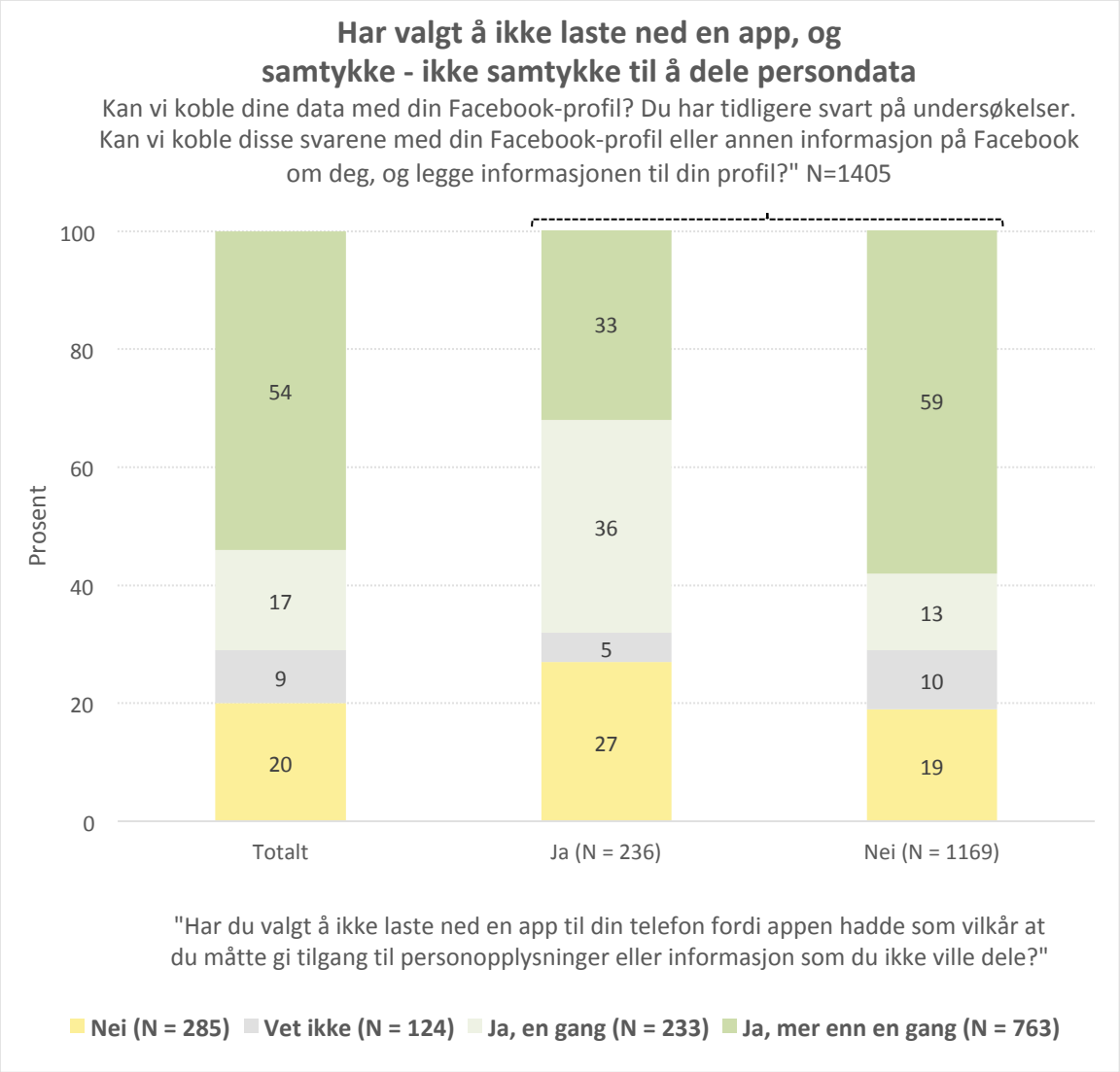


Figur 61: Forbrukerrådets undersøkelse 2015.



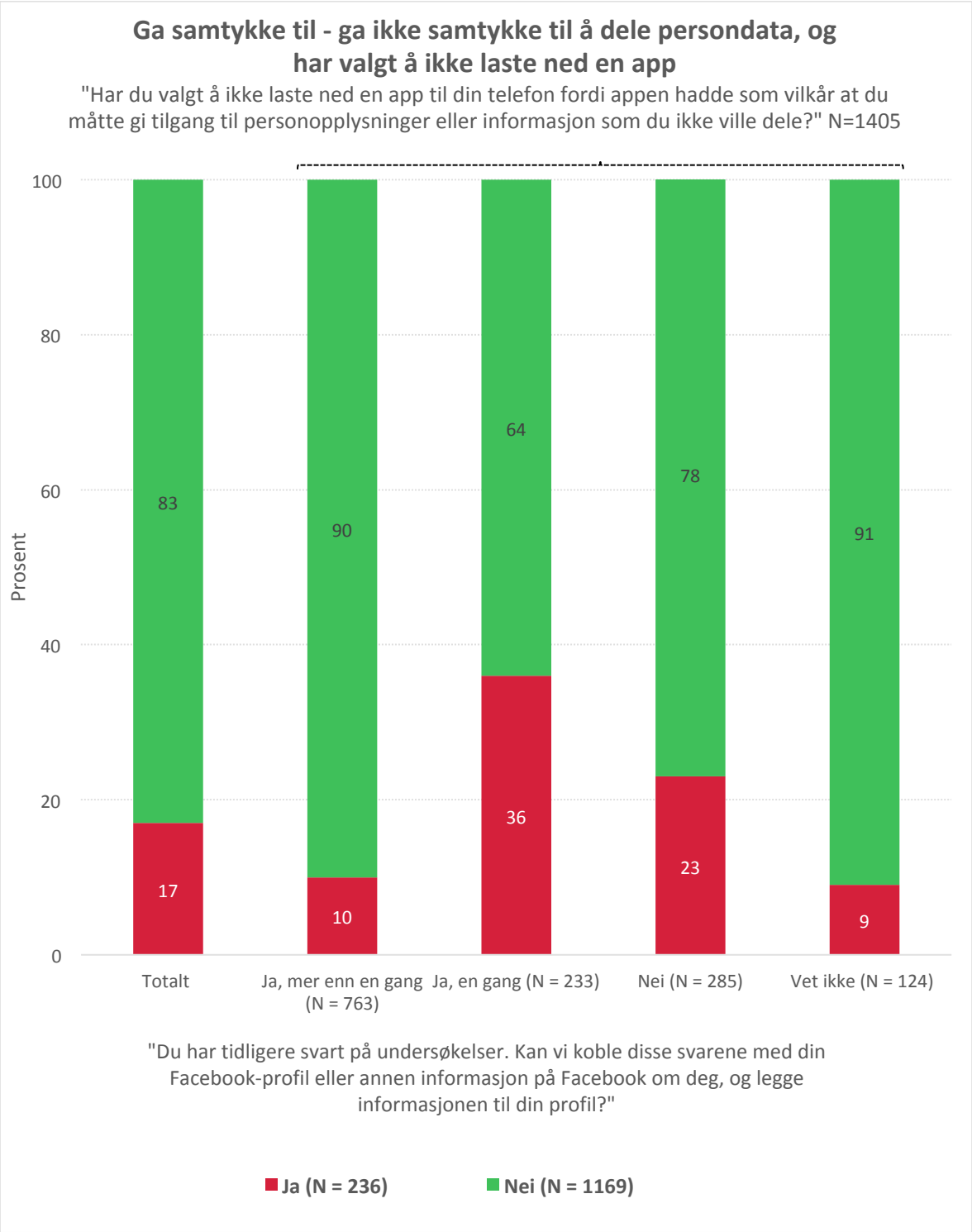
Figur 62: Har du valgt å ikke laste ned en app til din telefon fordi appen hadde som vilkår at du måtte gi tilgang til personopplysninger eller informasjon som du ikke ville dele? Undersøkelse 2.

Figur 62 viser at 54% + 17% = 71% svarte ja på dette spørsmålet. Det var også i 2015 et flertall som svarte ja, dette ifølge Forbrukerrådets undersøkelse.



Figur 63: Valgt å ikke laste ned app. Sammenlikning, ga samtykke - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

Det er langt færre i gruppen, ga samtykke til å dele persondata som svarte ”ja, mer enn en gang” sammenliknet med de andre (59%), men i sum er andel som svarte ja omtrent den samme, 69% og 72%.

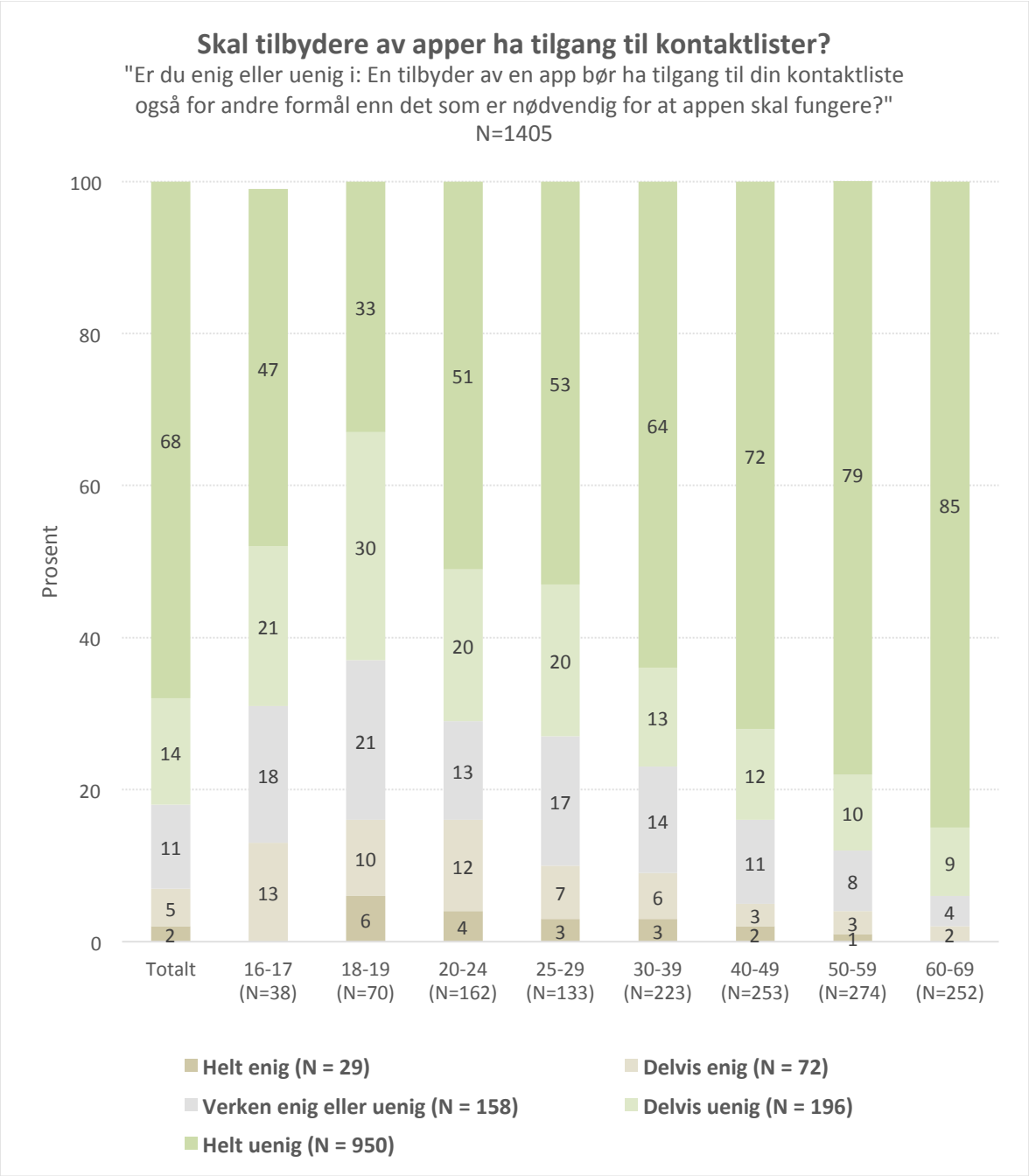


Figur 64: Valgt å ikke laste ned app. Sammenlikning, ga samtykke – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

Figurene 62 og 63 viser at det er vanlig å ikke laste ned apper fordi en må gi tilgang til informasjon som man ikke ønsker å dele. Vi kan anta at i mange tilfeller vil det være slik at personen laster ned appen hvis den er viktig nok, eller det ikke finnes alternative apper. Det er blant de som svarte ”ja, mer enn en gang” og ”vet ikke” at andel som ga samtykke er lav.

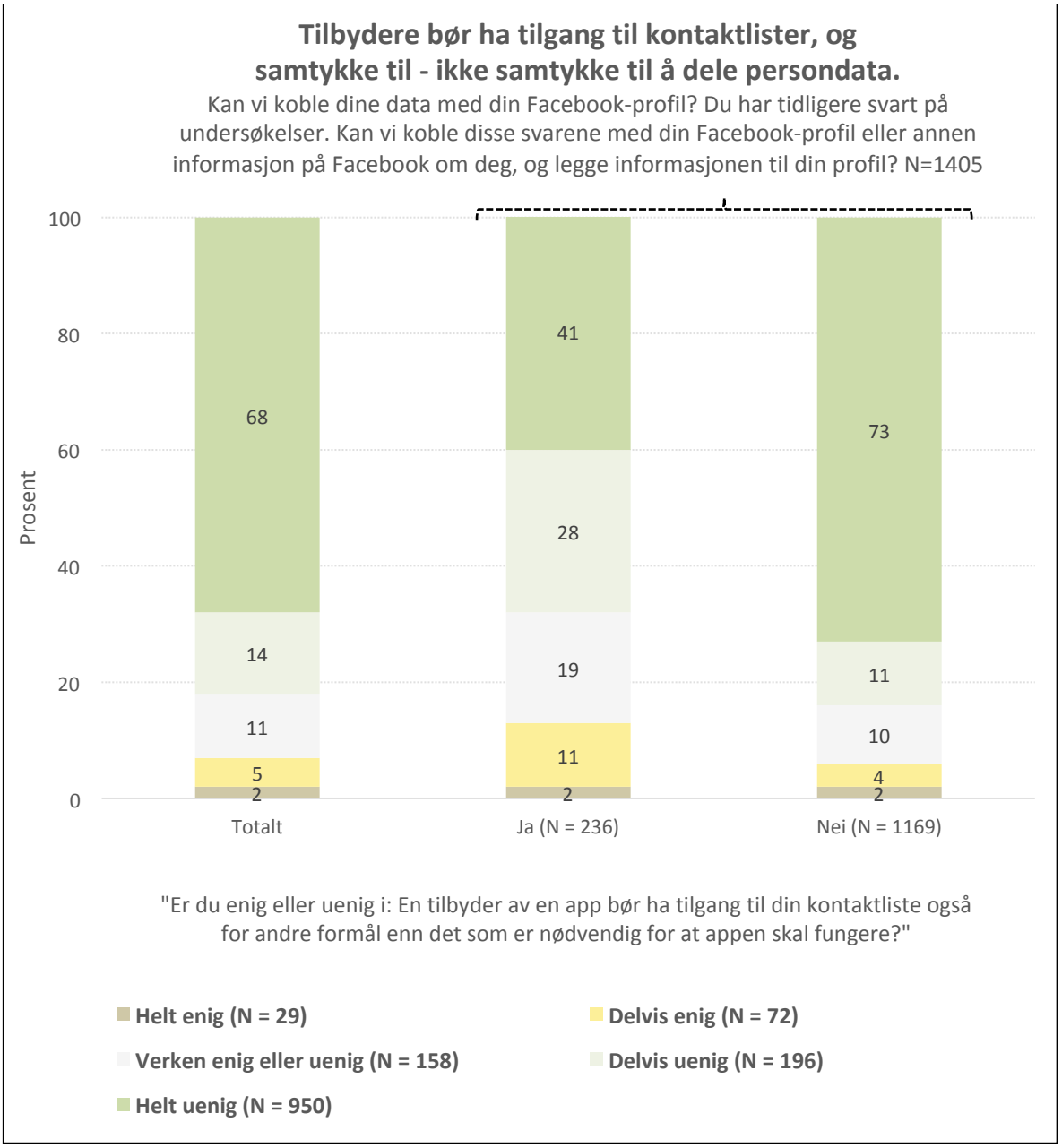
Skal tilbydere ha tilgang til kontaktlister?

Mange tilbydere spør om tilgang til kontaktlister. Det kan være berettiget spørre om dette hvis appen trenger denne tilgangen for det formålet appen er laget for. I mange tilfeller er det ikke nødvendig med tilgang til kontaktlisten for at appen skal fungere.

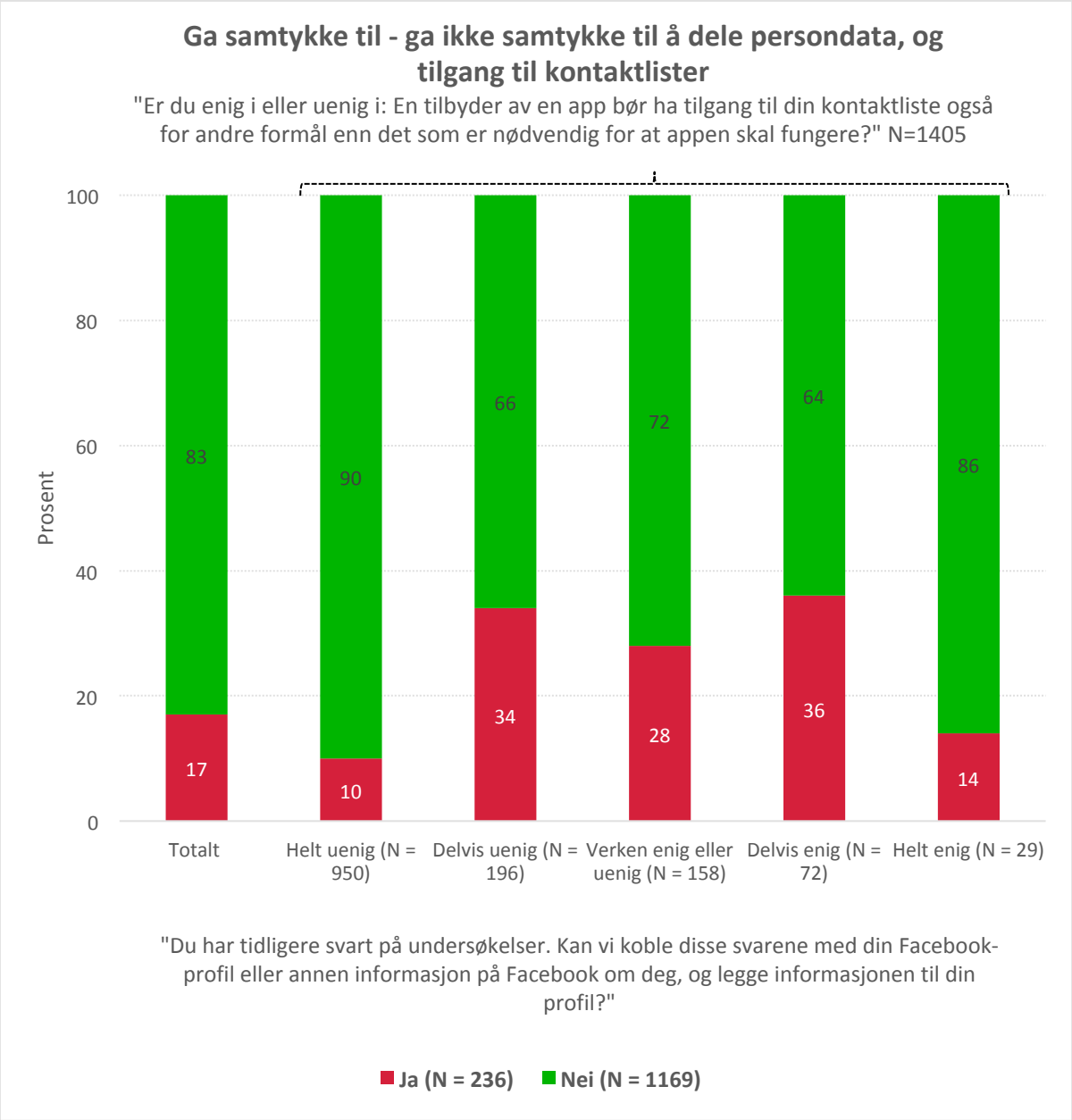


Figur 65: En tilbyder av en app bør ha tilgang til din kontaktliste også for andre formål enn det som er nødvendig for at appen skal fungere. Undersøkelse 2

Blant de som er 40 år eller eldre er det meget få som mener apper bør ha en slik tilgang (figur 65). Det er noe flere blant de yngre som synes dette er akseptabelt, men disse er i et klart mindretall.



Figur 66: Bør en tilbyder av en app ha tilgang til din kontaktliste for andre formål. Undersøkelse 2.



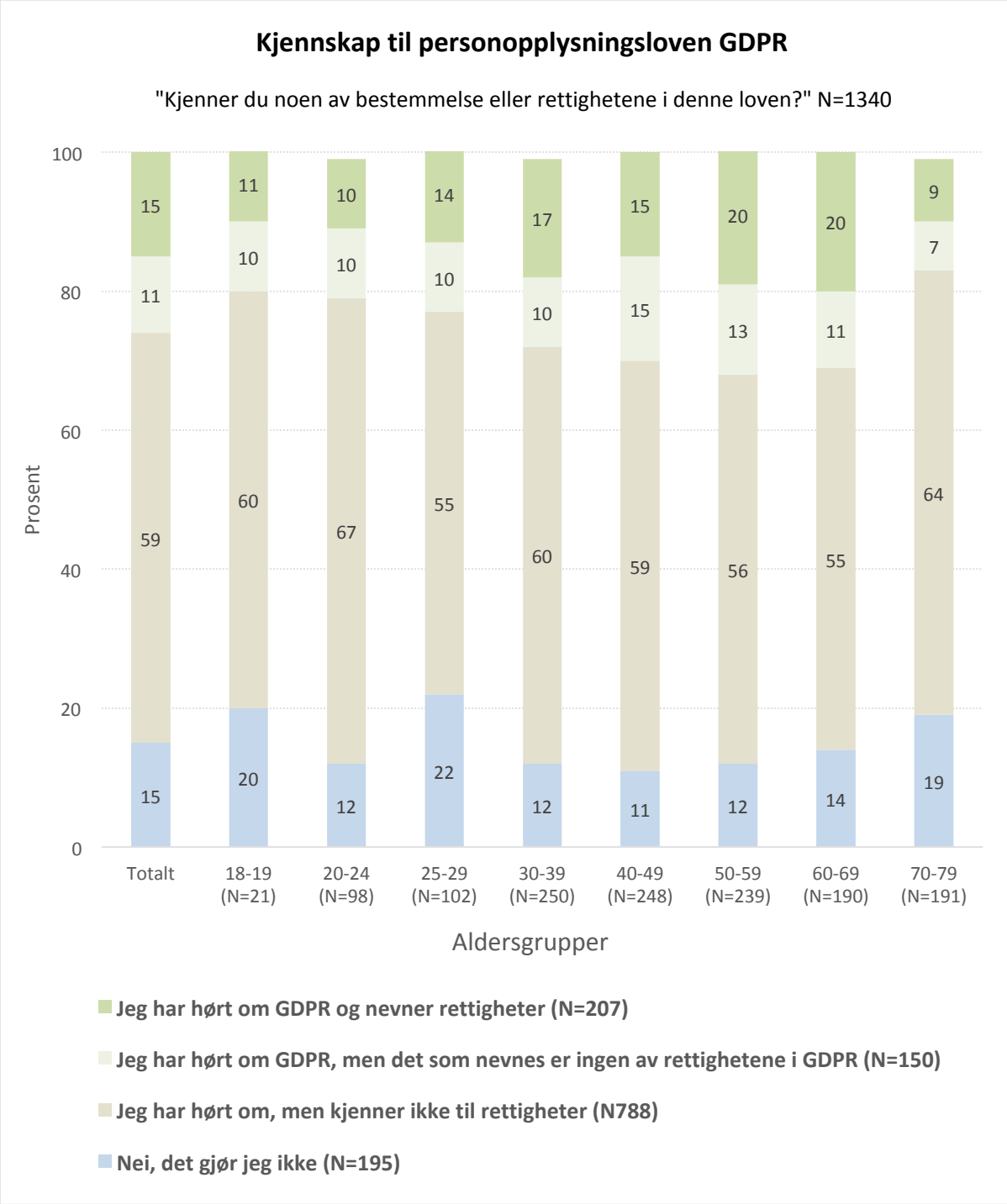
Figur 67: Bør en tilbyder av en app ha tilgang til din kontaktliste for andre formål. Sammenlikning, ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

Det er få som mener tilbydere skal ha tilgang til kontaktlister ”også for andre formål enn det som er nødvendig for at appen skal fungere”. Blant de som er helt uenig er det også relativt få som ga tilgang til å dele persondata.

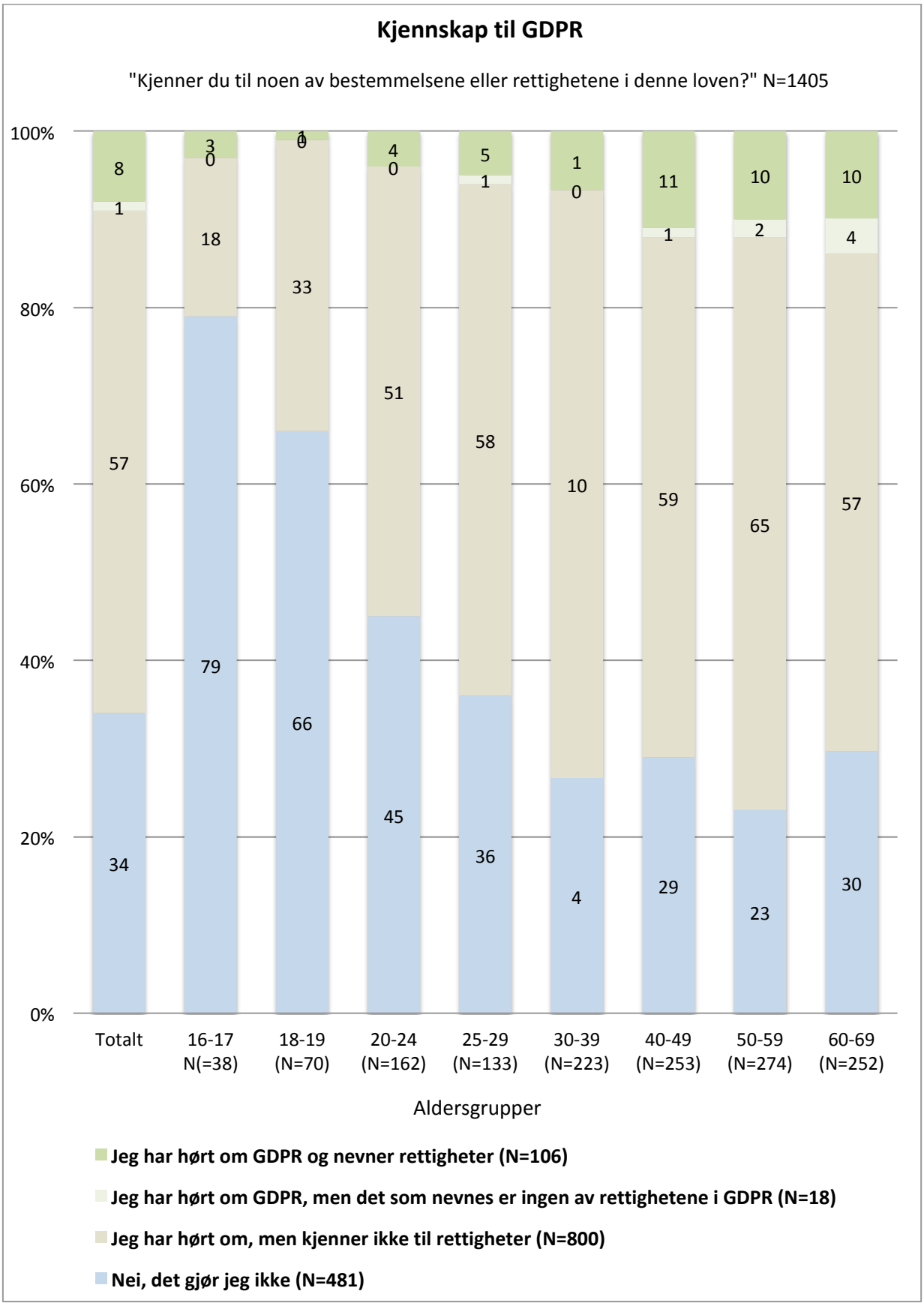
Kjennskap til personvernlovgivningen

Som innledningen til spørsmålet om GDPR brukte vi denne teksten:

> *Det er vedtatt en ny lov om personvern i Norge i 2018. Denne omtales ofte som GDPR. Personvernreglene i denne loven gjelder i Europa, for landene i EU og i Norge. Kjenner du noen av bestemmelsene eller rettighetene i denne loven?*



Figur 68: GDPR. Tre aldersgrupper. Hvor mange svarer at de har hørt om GDPR eller kjenner bestemmelser i GDPR. Undersøkelse 1.



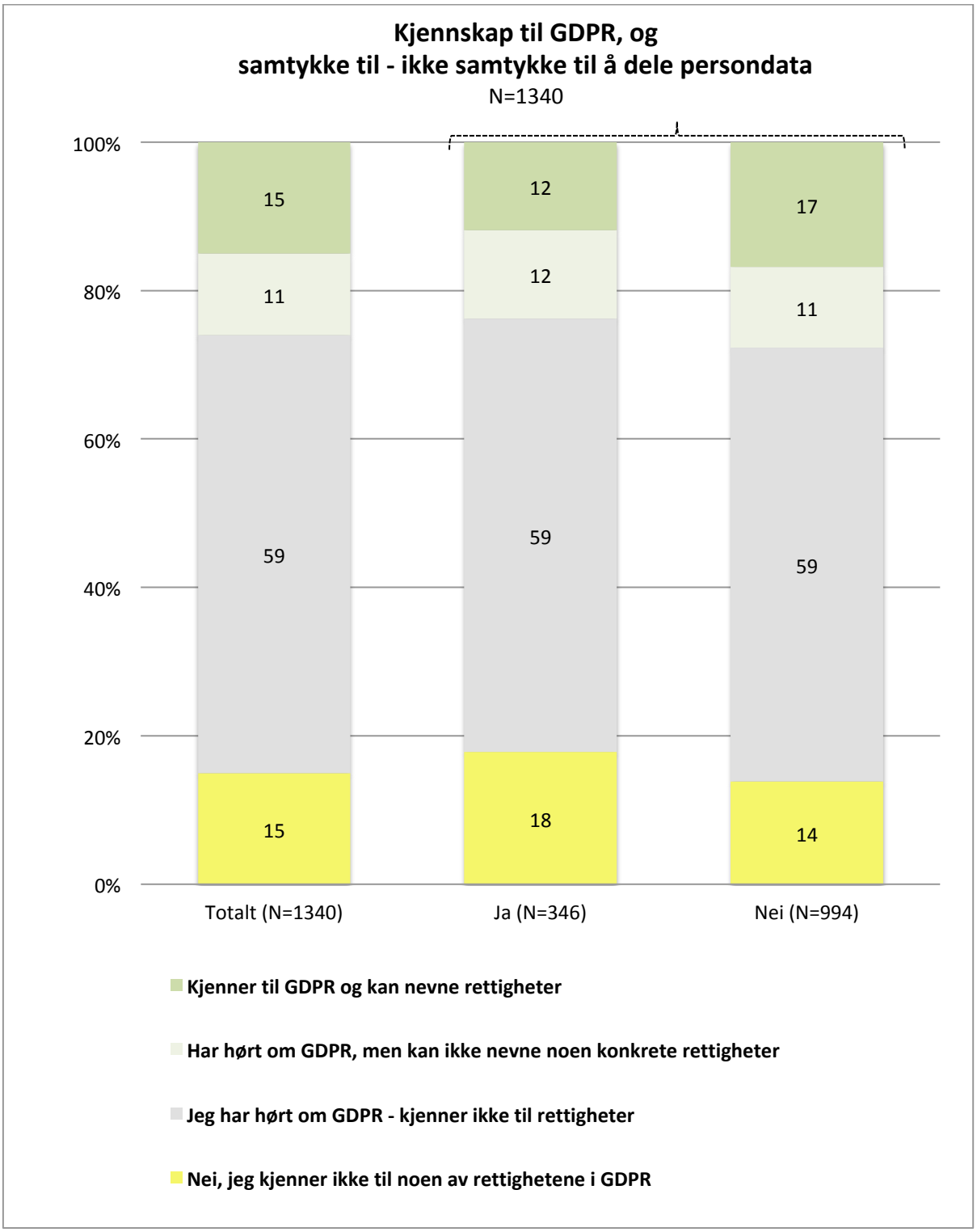
Figur 69: GDPR. Aldersgrupper. Hvor mange svarer at de har hørt om GDPR eller kjenner bestemmelser i GDPR. Undersøkelse 2.

Personvernlovgivningen gir oss som innbyggere viktige digitale rettigheter. Lovgivningen regulerer også hva den som er databehandler skal gjøre, og ikke skal gjøre. Det er ønskelig at innbyggerne har kunnskap om, for eksempel om rettigheter og hvilke regler som gjelder for behandling av personopplysninger. Det må understrekes at en kan ikke forvente at det er vanlig å lese lovtekster, slå opp i lovdata og selv å lese personopplysningsloven paragraf for paragraf. Likevel ha hørt om og kjenne til hvilke regler som gjelder.

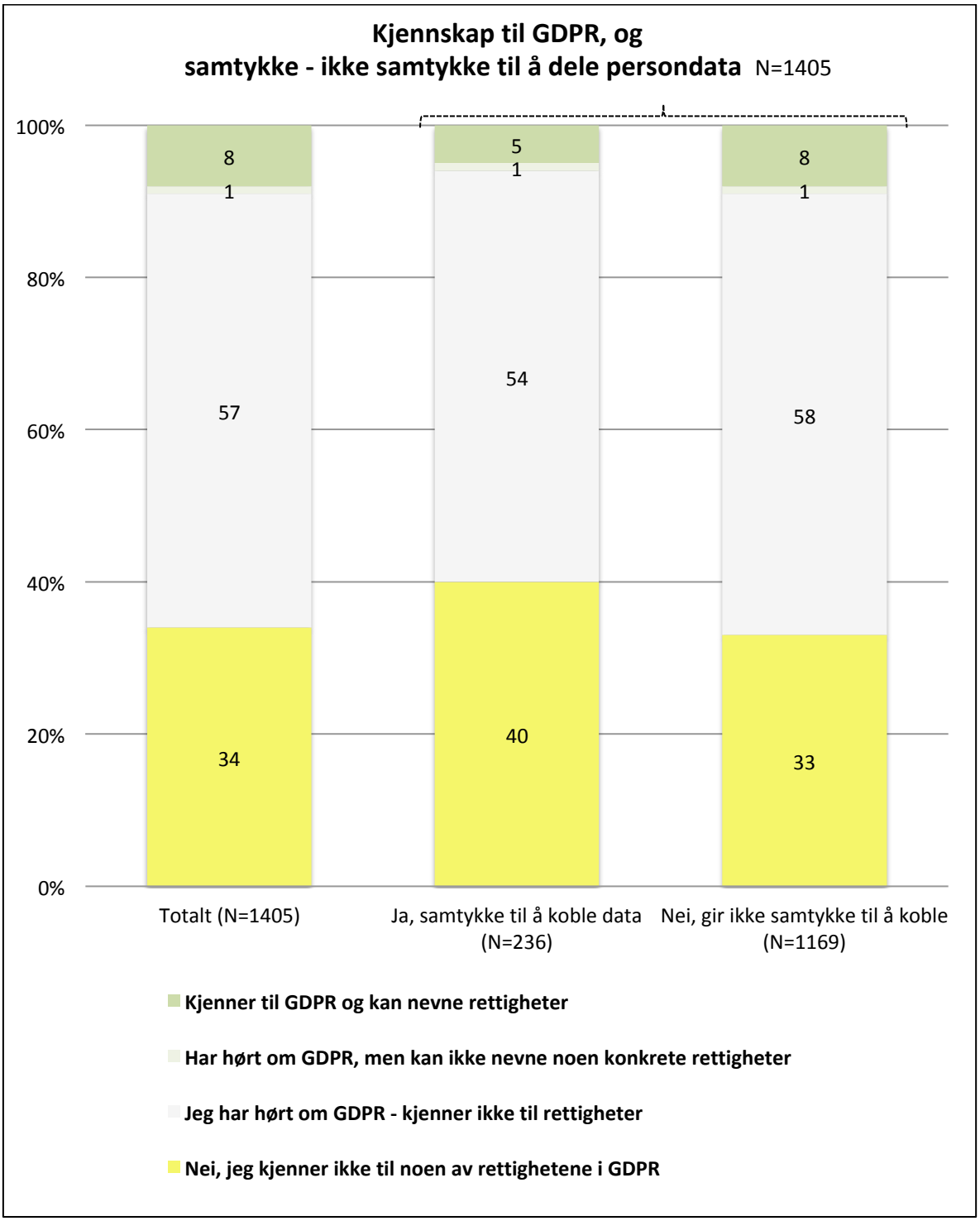
Personopplysningsloven, den delen som omtales som GDPR fikk oppmerksomhet i 2018, både før og etter at den ble i Norsk lov. I begge undersøkelsene spurte vi om GDPR, om hvilke rettigheter en bruker av en digital tjeneste har.

Som forventet er det et mindretall som kjenner til rettigheter. I den første undersøkelsen er det 15% og i den andre undersøkelsen 8% som oppgir rettigheter. Det at færre oppgir rettigheter i den andre undersøkelsen har i noen grad med utdannelse å gjøre. Det var flere med høyere utdannelse i den første undersøkelsen sammenliknet med den andre (se tabell 2). I panel-undersøkelser er det lett å gå videre til neste spørsmål ved å la en tekstboks, et felt hvor en kan skrive tekst stå tom. Det er mulig å sette opp svaralternativer med utgangspunkt i rettighetene (paragrafene) i GDPR. Dette kan føre til en del respondenter velger det alternativet som ser riktig ut, det første som stanser ved, men dette er ikke basert på faktisk kunnskap om rettigheten. For disse to undersøkelse ba vi deltakerne selv oppgi rettigheter.

I begge undersøkelsene er det i de eldre aldersgruppene hvor flest kan nevne konkrete rettigheter. Dette med unntak av de som er 70 år i den første undersøkelsen. Totalt sett er kjennskapen til rettighetene i personlovgivningen lav.

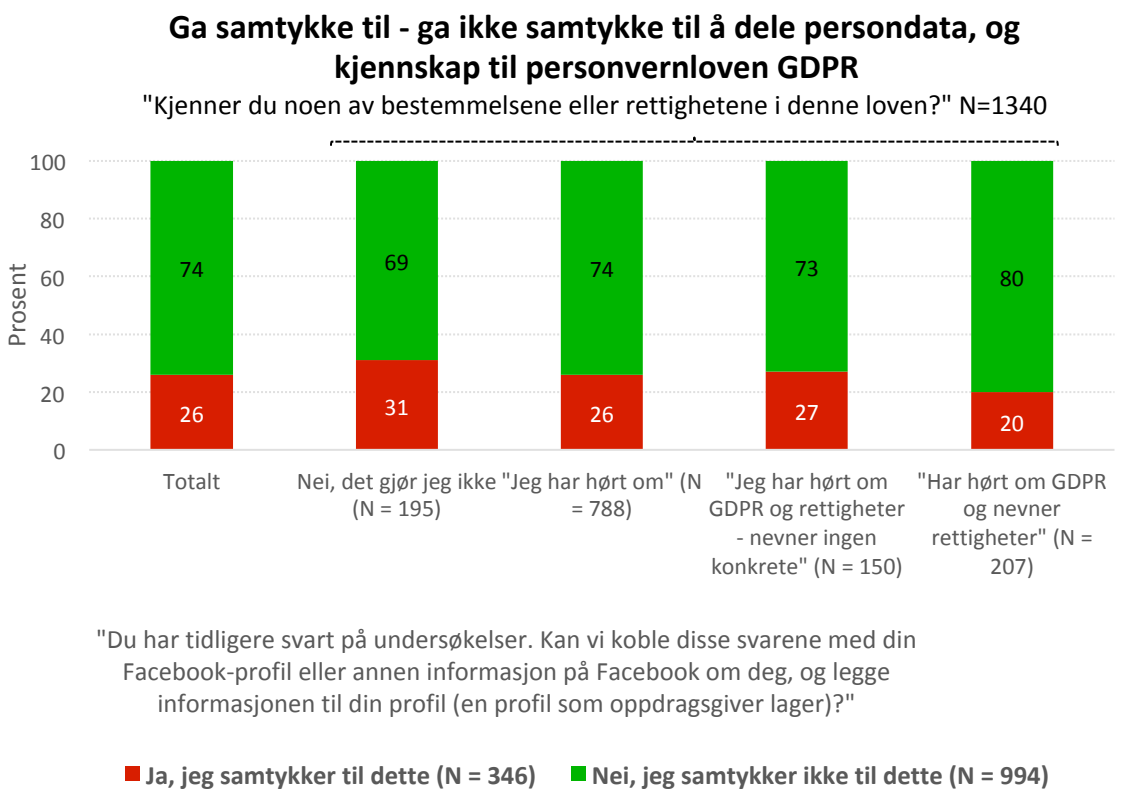


Figur 70: Kjennskap til GDPR. Sammenlikning, ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.

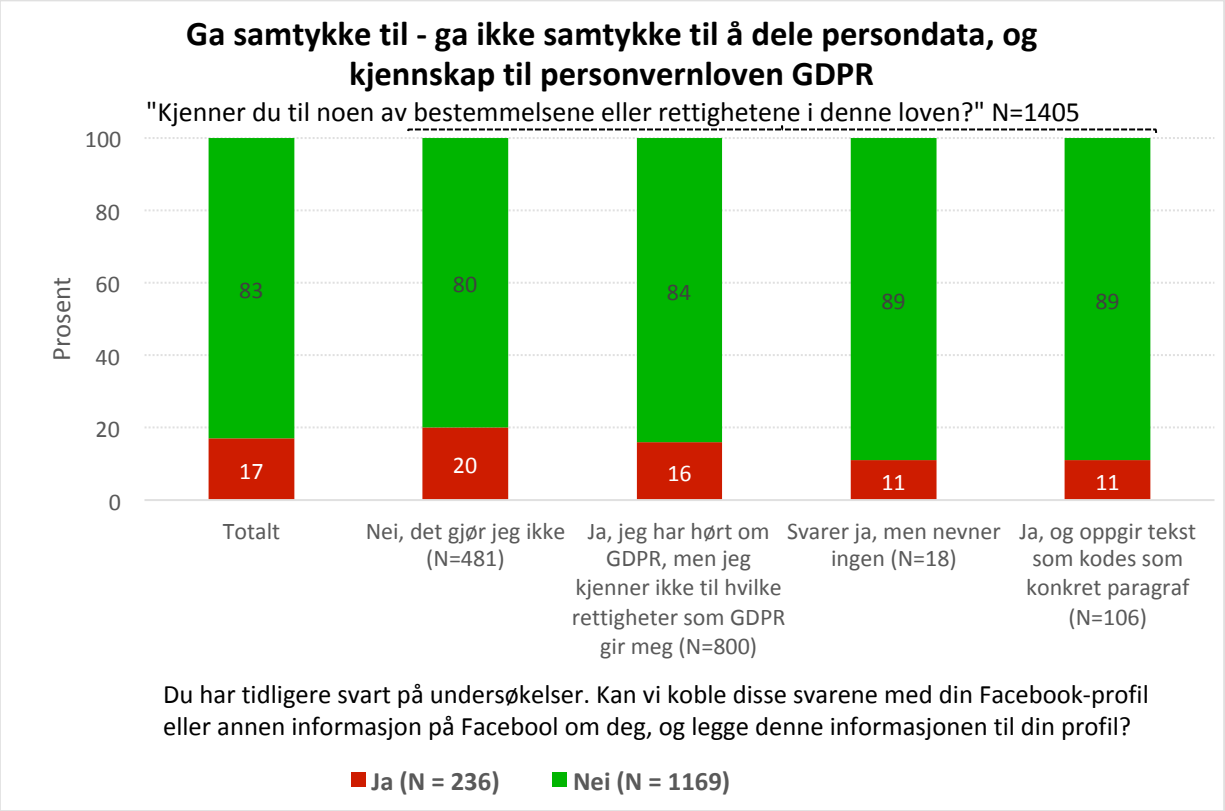


Figur 71: GDPR. Kjennskap til GDPR. Sammenlikning, ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

Figurene 70 og 71 viser at det små forskjeller mellom de to gruppene ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Dette fremgår også av de to neste figurene (72 og 73).



Figur 72: GDPR. Samtykke og kjennskap til GDPR. Undersøkelse 1.



Figur 73: Kjennskap til GDPR. Sammenlikning, ga samtykke - ga ikke samtykke. Undersøkelse 2.

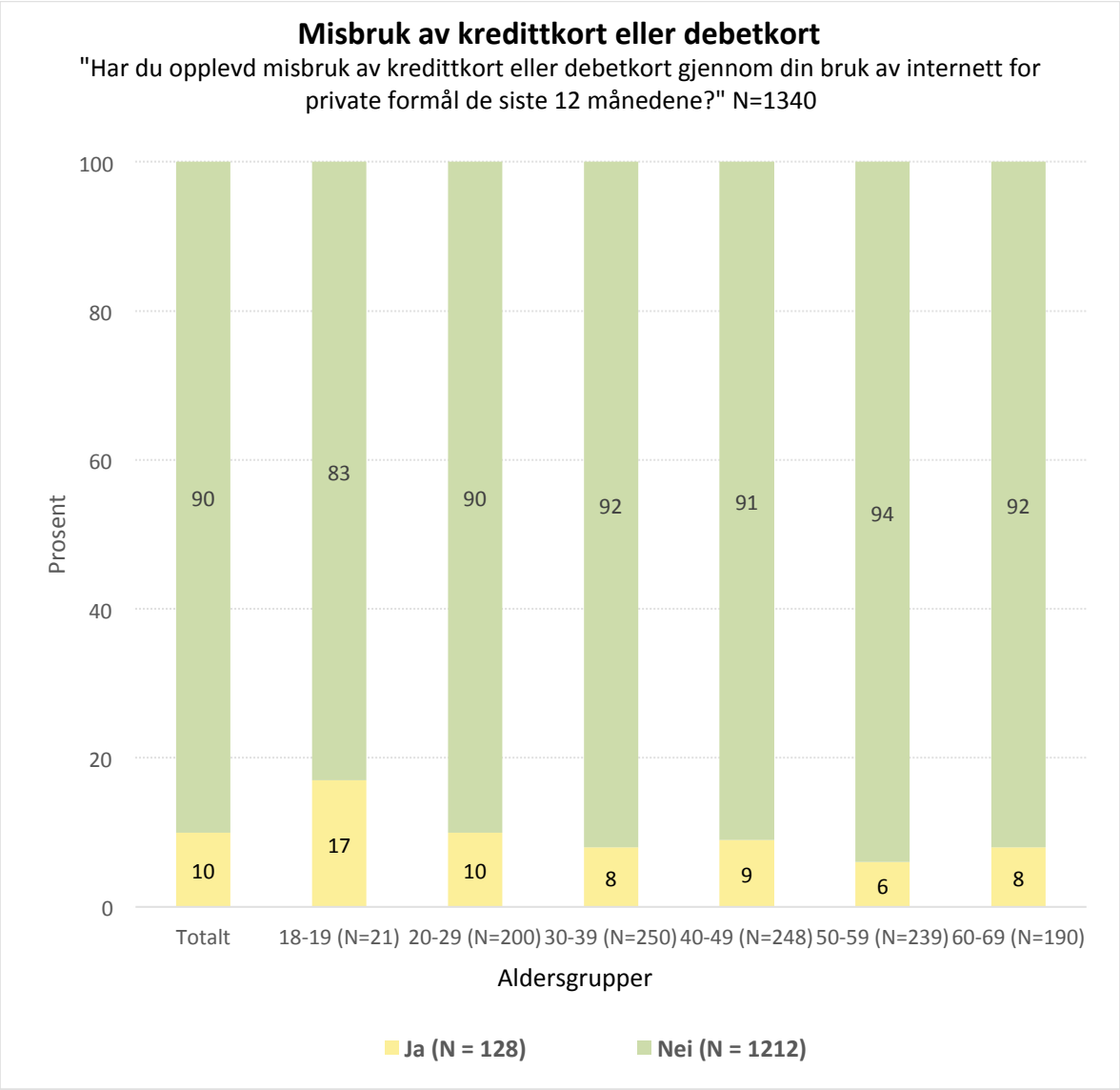
Blant de med lavest kjennskap til rettigheter er det en noe høyere andel som ga samtykke, men forskjellen er små.

Negative konsekvenser ved deling av persondata

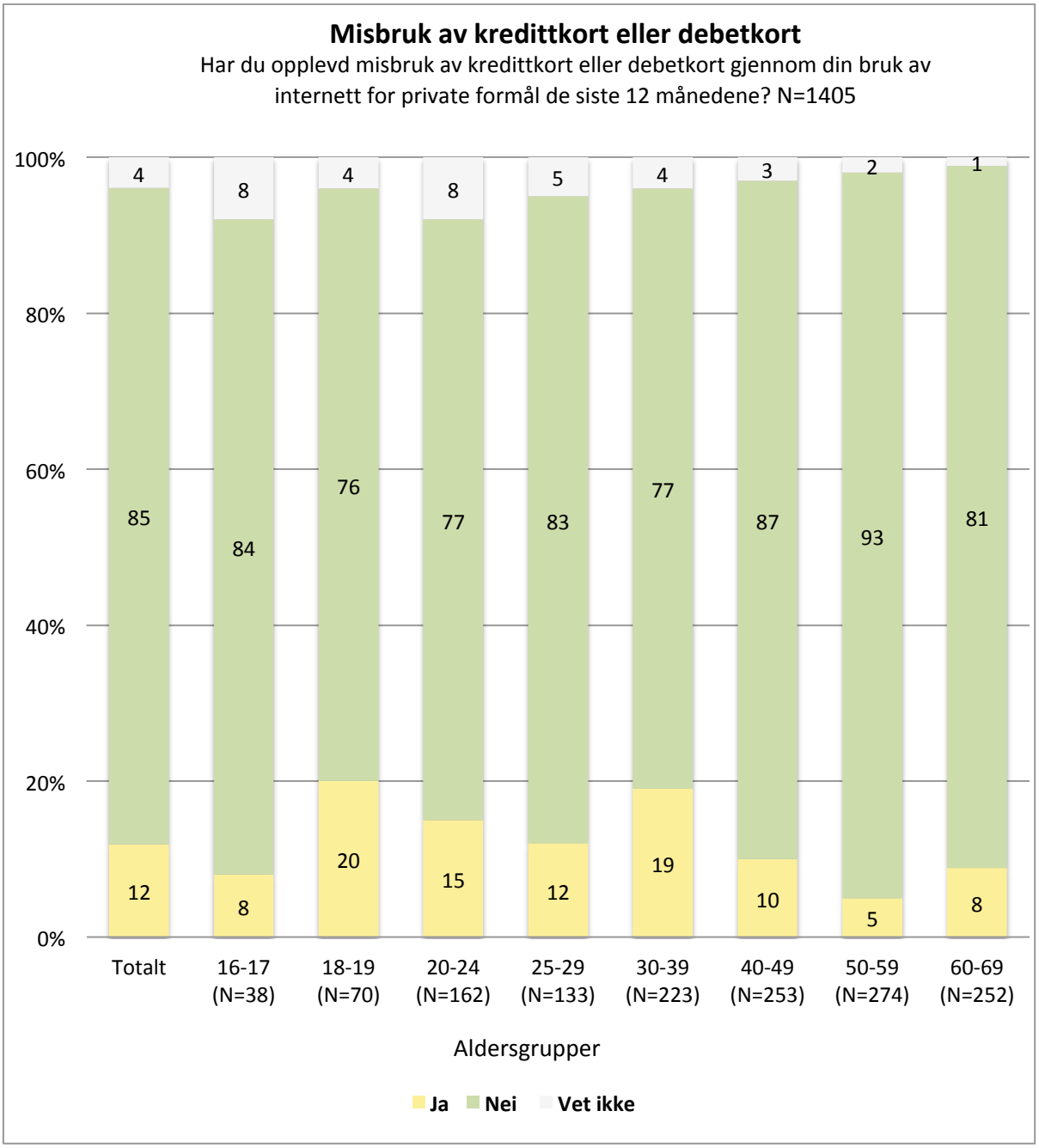
Persondata kan misbrukes. Misbruk er ikke nødvendigvis selvforskyldt. Hvis en blir utsatt for tyveri, og det ikke dreier seg om uaktsomhet, er det ingen grunn til å kritisere den som har opplevd misbruk. Det er likevel relevant å se om undersøkelsene kan si oss noe om de som rapporterer at de har opplevd misbruk skiller seg fra de andre? Det kan være at uforsiktighet eller en høy villighet til å gi samtykke fører til økt sårbarhet.

Misbruk av kredittkort eller debetkort

Vi presenterer først to figurer med aldersgrupper som utgangspunkt.

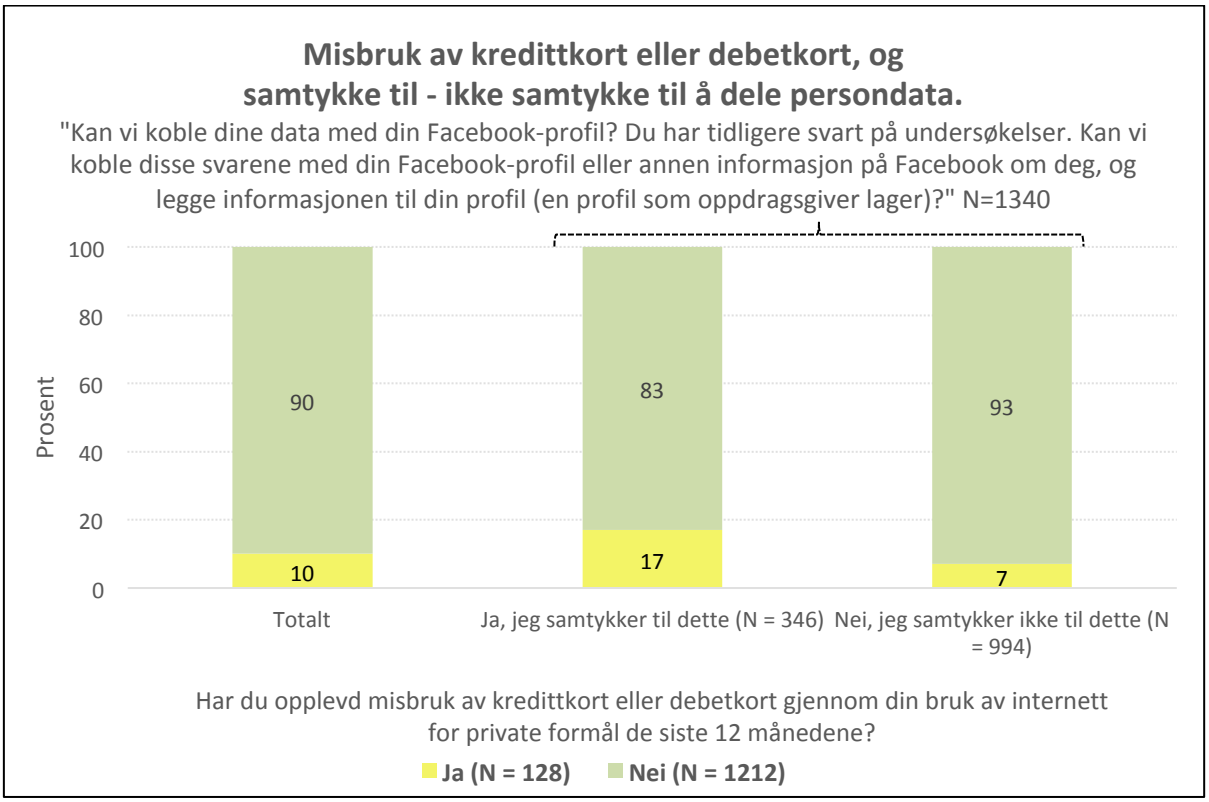


Figur 74: Misbruk av kreditt eller debetkort. Alder. Undersøkelse 1.

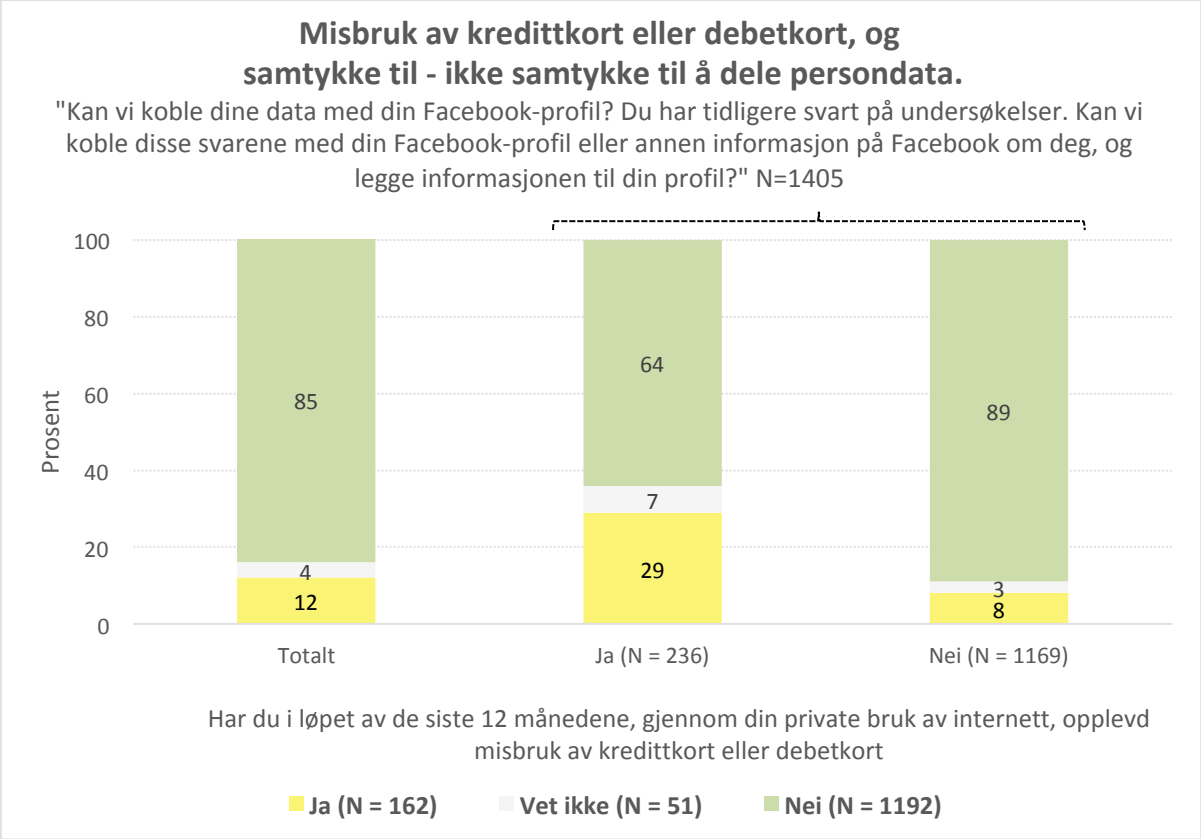


Figur 75: Misbruk av kreditt eller debetkort. Alder. Undersøkelse 2.

I de to undersøkelsene er det 10% og 12% (figur 74 og figur 75) som svarer at de har opplevd misbruk av kredittkort eller debetkort de siste 12 måneder.

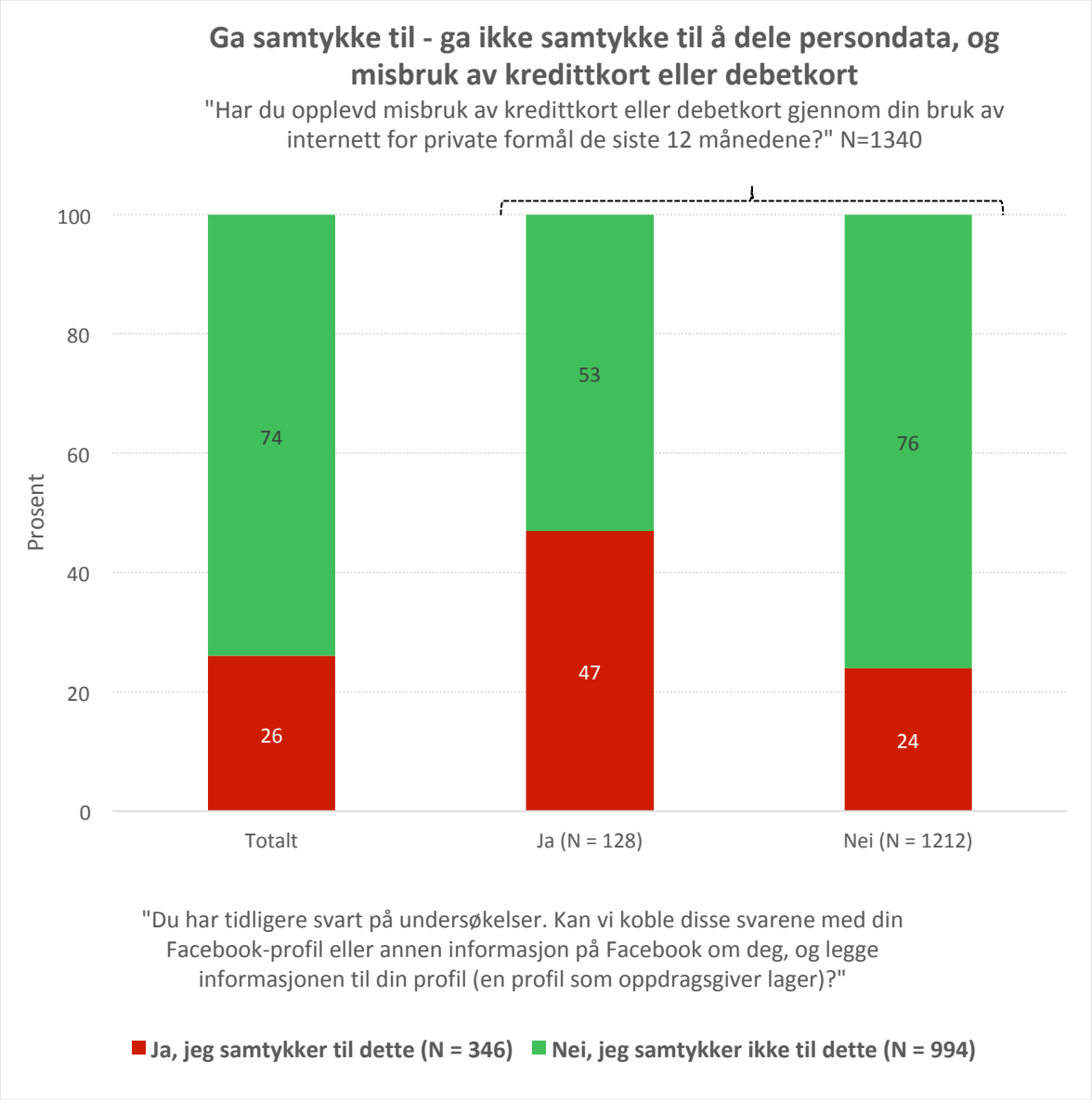


Figur 76: Har opplevd misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.

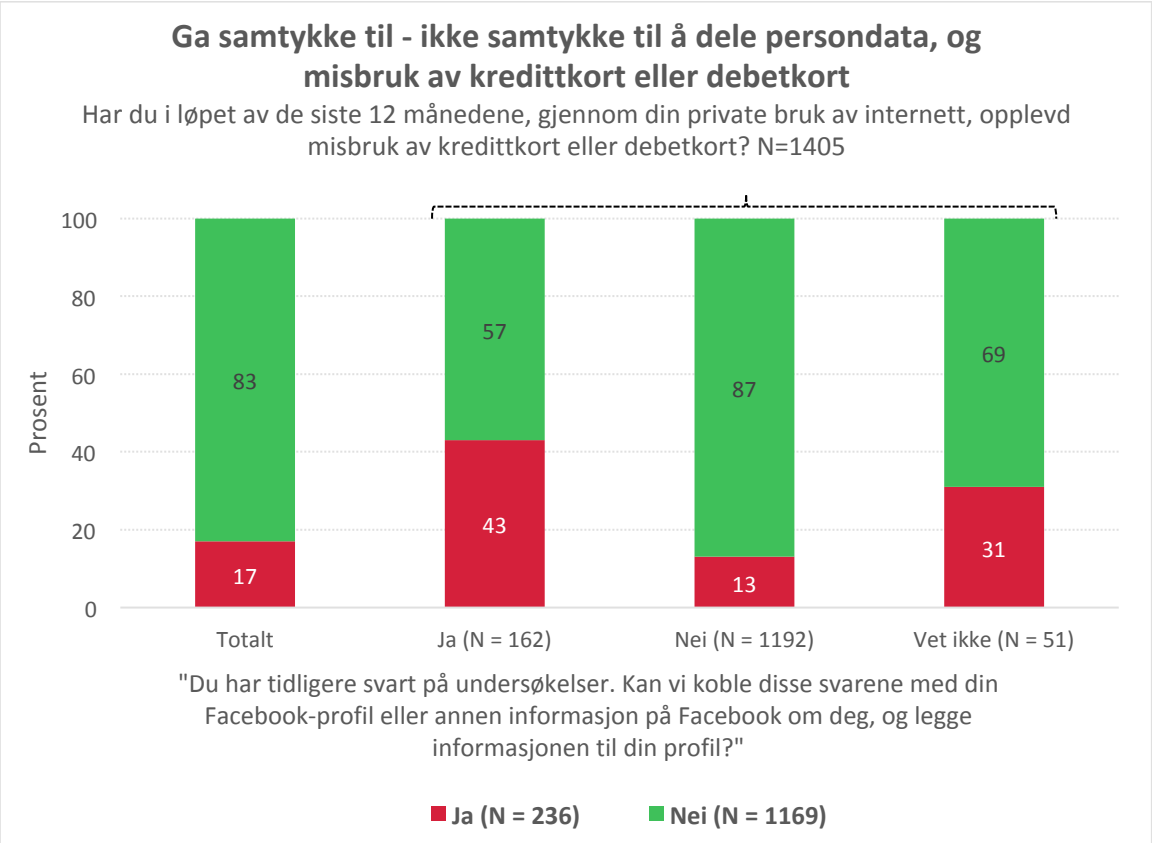


Figur 77: Har opplevd misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

I den første undersøkelsen stilte vi spørsmålet som et ja eller nei spørsmål. I den andre undersøkelse kunne deltakerne også svare *vet ikke* om man hadde opplevd misbruk av kreditt- eller debetkort. Figurene 76 og 77 viser at langt flere blant dem som ga samtykke på spørsmålet om å dele sine persondata har opplevde misbruk. Forskjellen er spesielt stor i den andre undersøkelsen, 29% sammenliknet med 8%.



Figur 78: Misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.

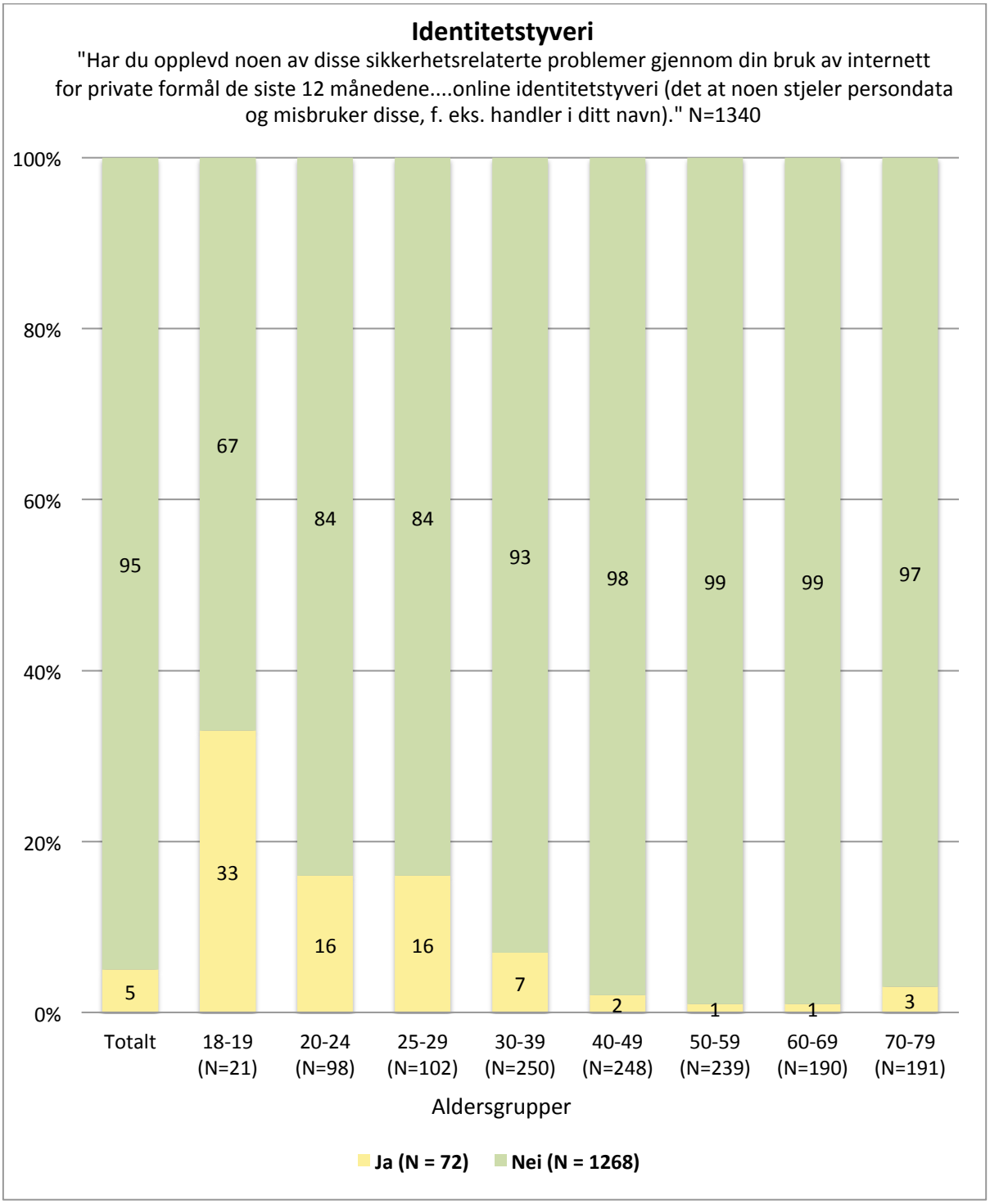


Figur 79: Misbruk av kreditt- eller debetkort. Sammenlikning, ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

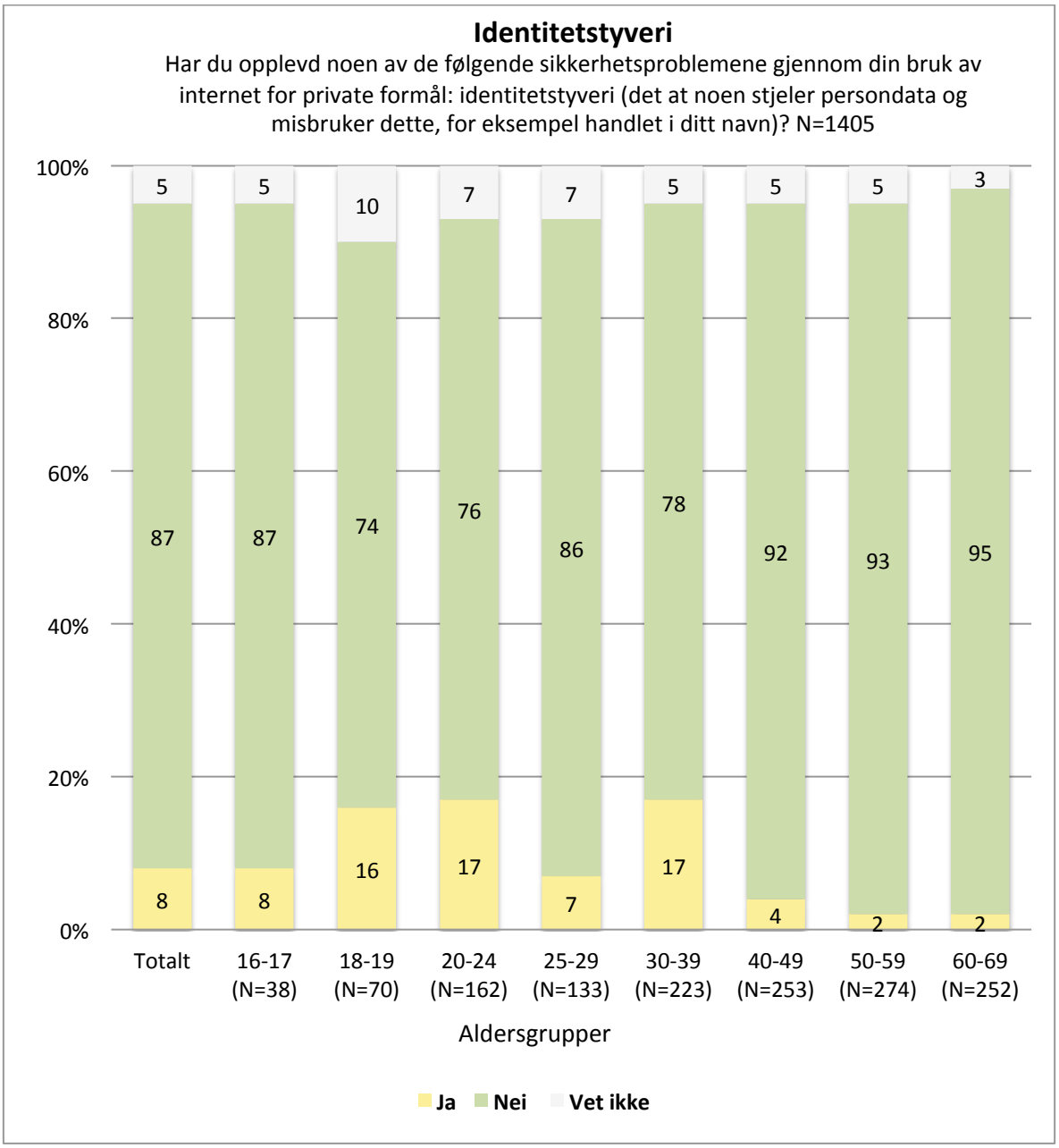
I figurene 78 og 79 sammenlikner vi *ja har opplevde misbruk* med *nei har ikke opplevd misbruk*. I gruppen *ja har opplevd misbruk* er det 47% og 43% som ga samtykke på spørsmålet om å dele persondata.

Identitetstyveri

I de to første figurene viser vi hvor mange som svarte ja på spørsmålet om identitetstyveri.



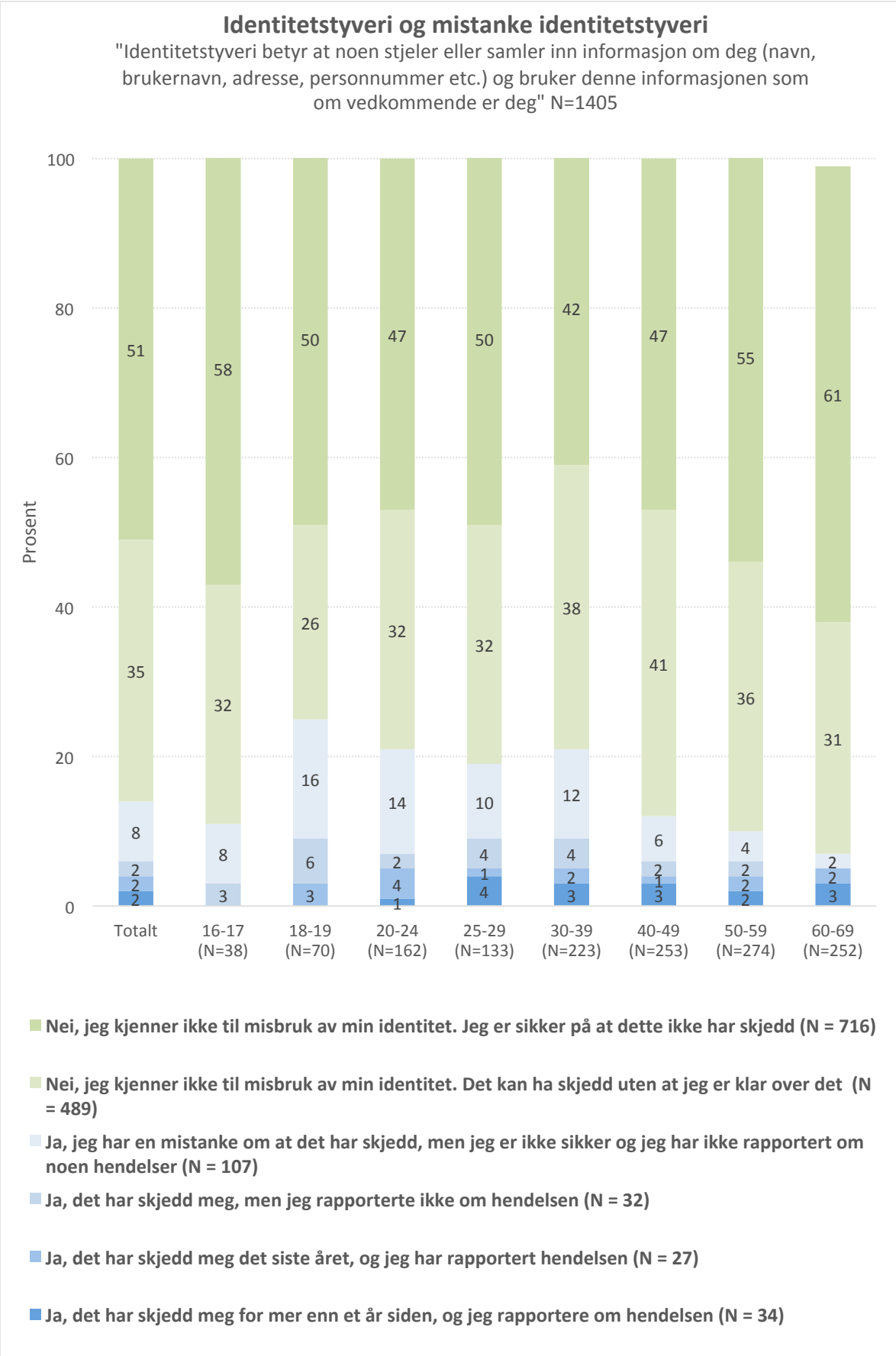
Figur 80: Identitetstyveri. Aldersgrupper. Undersøkelse 1.



Figur 81: Identitetstyveri. Aldersgrupper. Undersøkelse 2.

I de to undersøkelsen er det henholdsvis 8% og 5% som svarte at de hadde opplevd identitetstyveri. Sammenliknet med misbruk av kreditt- og debetkort (figurene 75 og 76) er dette færre som svarte at det har opplevd identitetstyveri (5% og 8%).

I den andre undersøkelsen hadde vi med et til spørsmål om identitetstyveri. Dette spørsmålet hadde flere svaralternativer. Vi brukte denne innledningen: *"Identitetstyveri betyr at noen stjeler eller samler inn informasjon om deg (navn, brukernavn, adresse, personnummer etc.) og bruker denne informasjonen som om vedkommende er deg."*

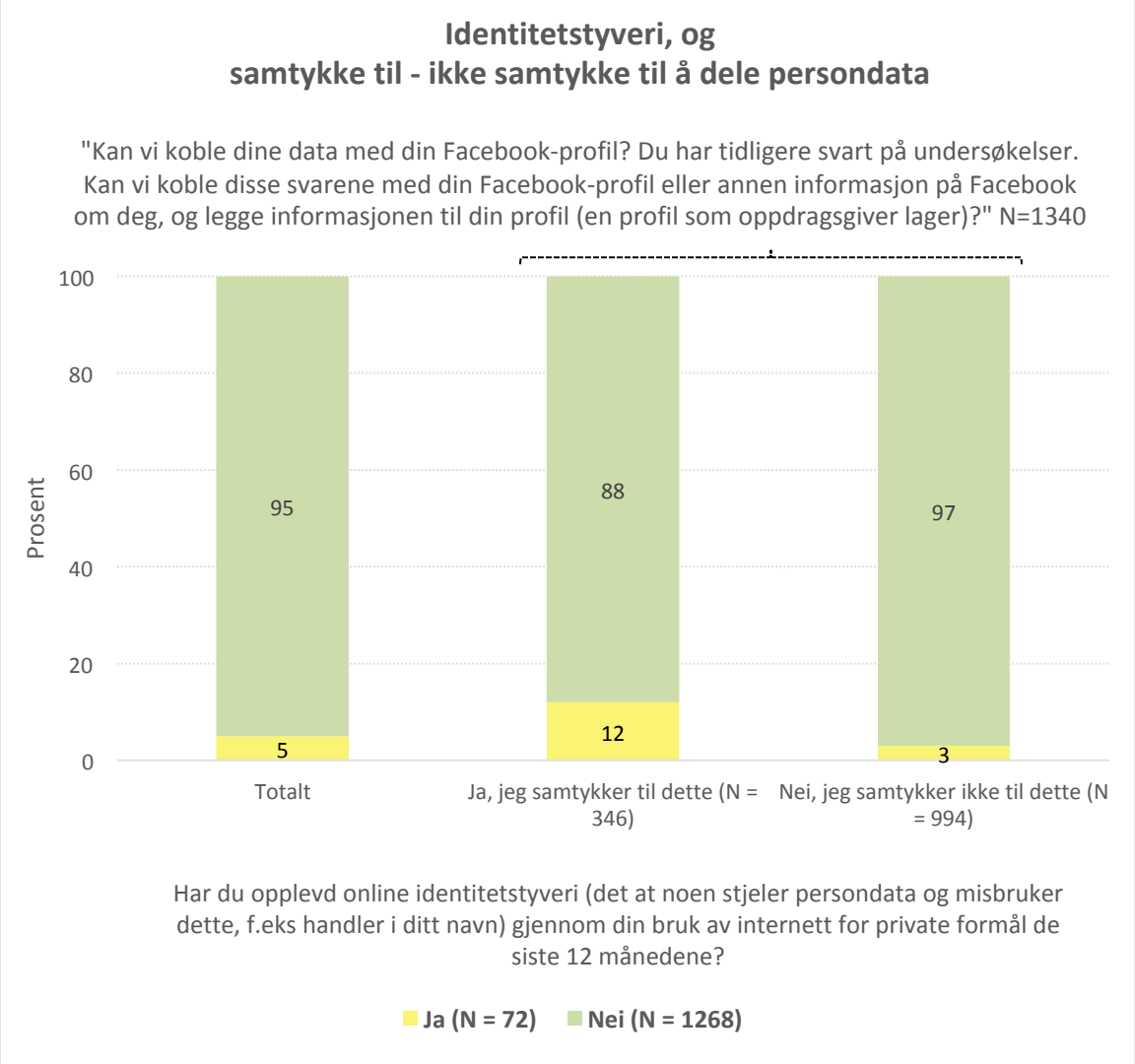


Figur 82: Identitetstyveri. Aldersgrupper. Undersøkelse 2.

Deltakerne kunne svare at de hadde mistanke om identitetstyveri, og ikke kun svare ja eller nei på om de mener dette har skjedd.

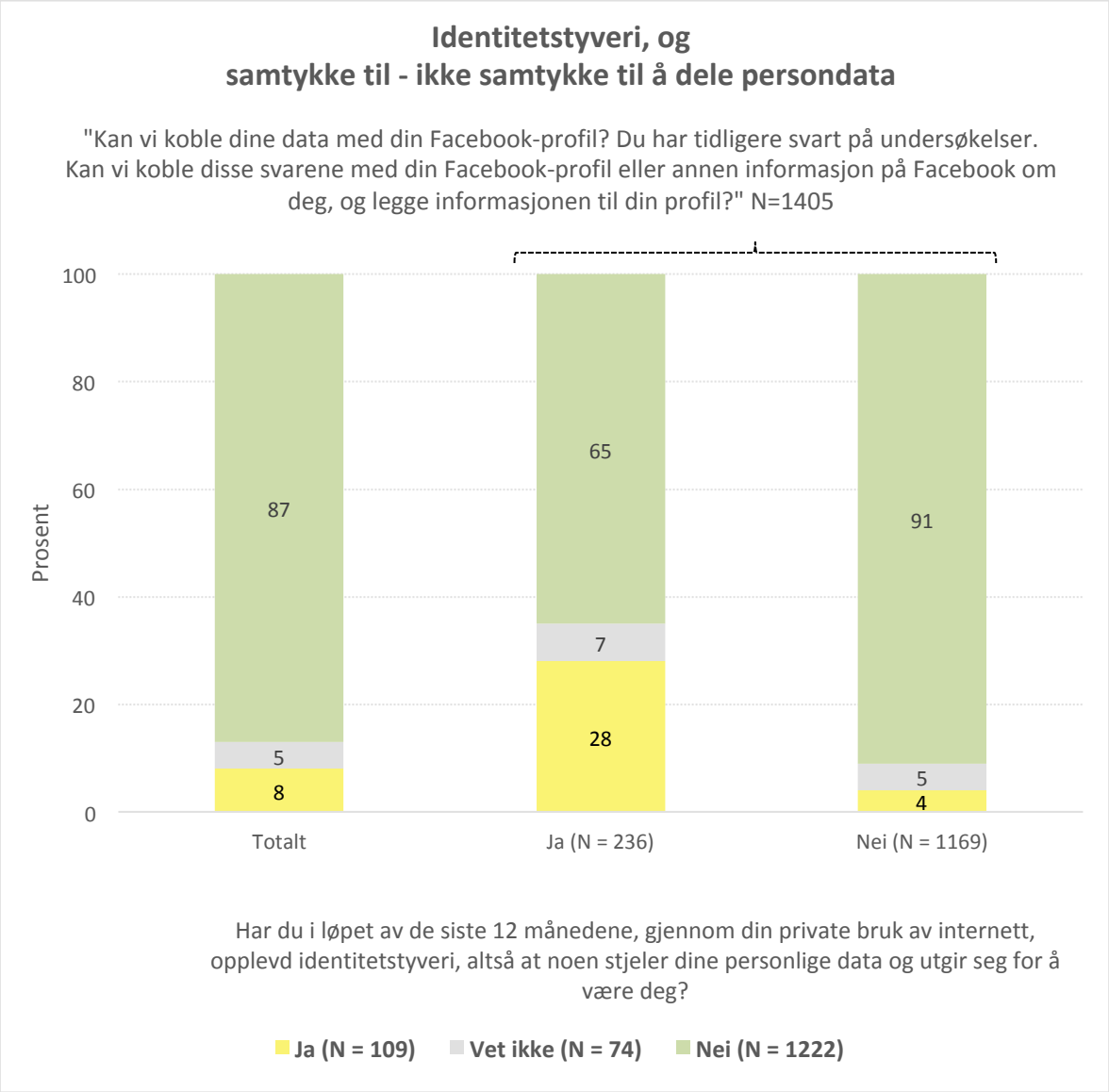
Det er en liten gruppe, 2% som svarer det har skjedd det siste året og jeg rapporterte om hendelsen, og 2% som sier at det har skjedd, men hendelsen er ikke rapportert. I tillegg er det 8% som er usikre på om identitetstyveri har skjedd. Det er noen som har hatt mistanke, men som ikke har rapportert om hendelsen. I SSB sin undersøkelse *IKT i husholdningene* 2019 svarer 2% at de har opplevd identitetstyveri de siste 12 månedene.

Vi skiller mellom gruppene ga samtykke – ga ikke samtykke til å dele persondata. Er de 5% i den første undersøkelsen som sier at de har opplevd identitetstyveri, som disse, som gjennomsnittet? I den andre undersøkelsen var andel identitetstyveri 8%. I de neste figurene sammenlikner vi gruppene ga samtykke og ga ikke samtykke til å dele persondata.



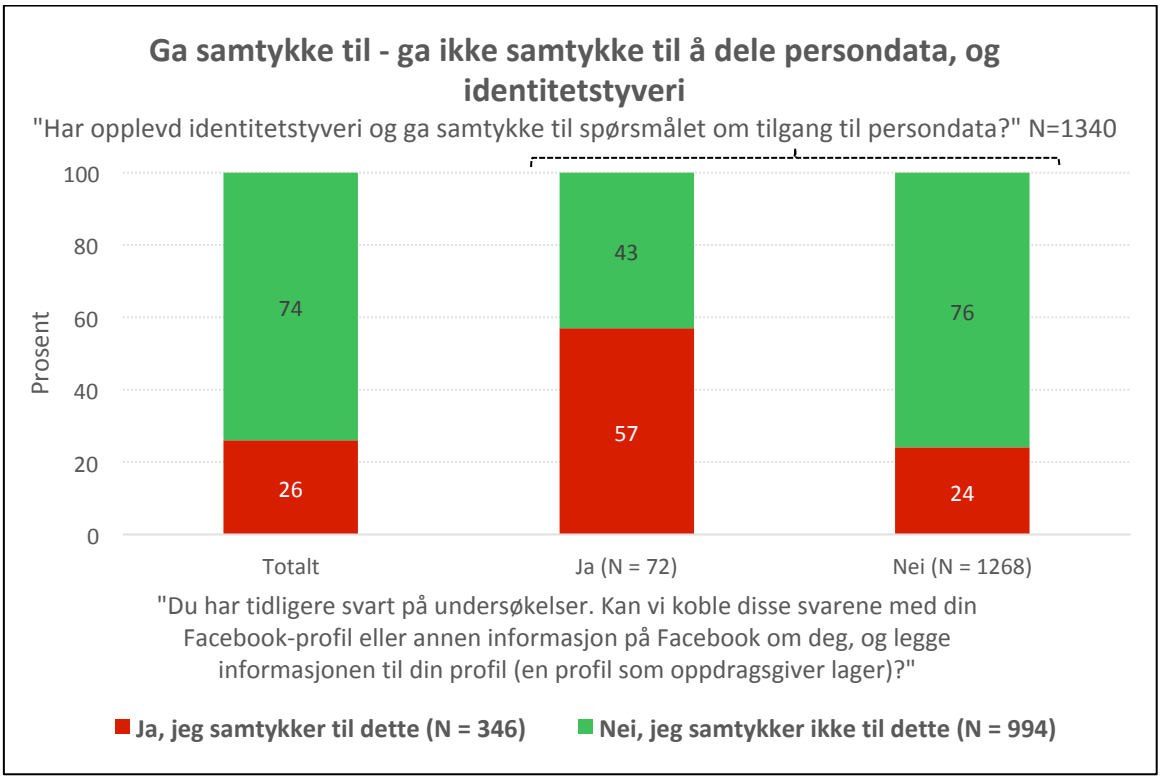
Figur 83: Identitetstyveri. Sammenlikning, ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.

Figur 83 viser at andelen er høyere i ga samtykke gruppen. Andelen som svarte at de har opplevd identitetstyveri er i denne gruppen 12% sammenliknet med 3% for de andre.

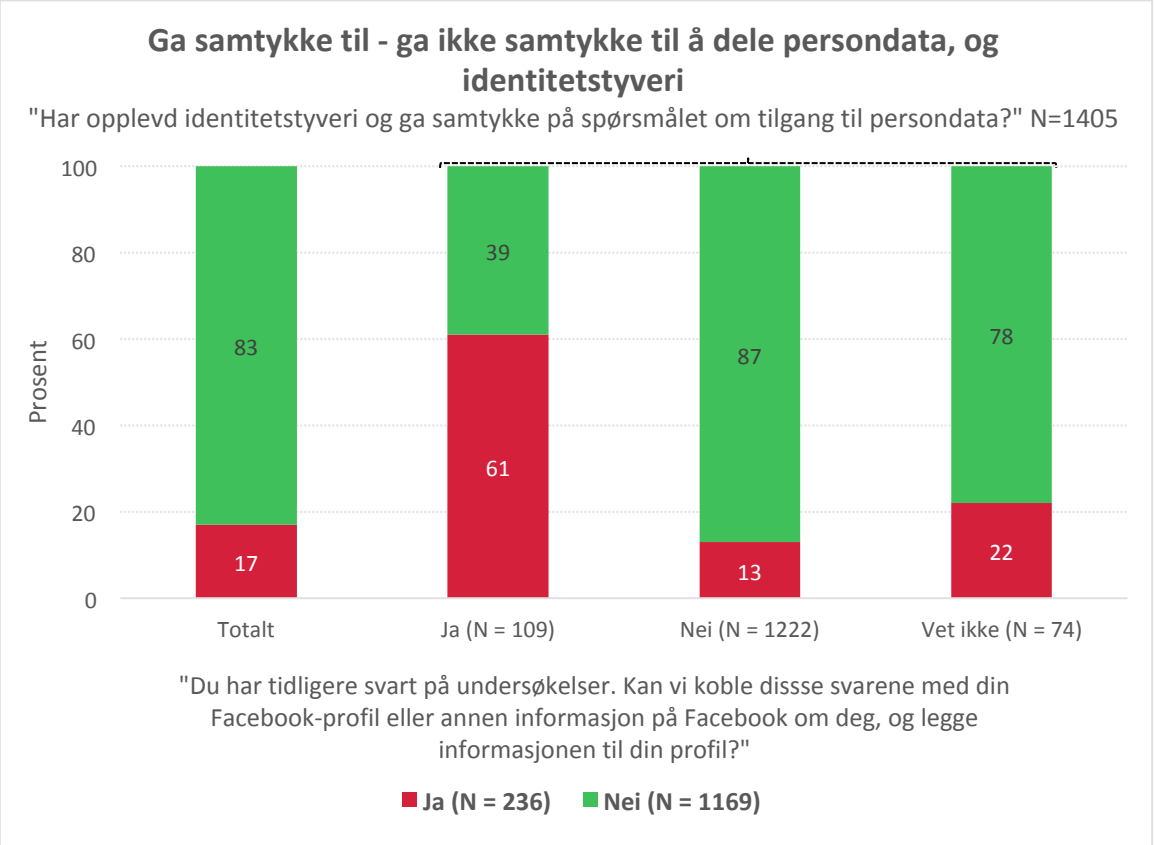


Figur 84: Identitetstyveri. Sammenlikning, ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

Det er, som for kreditt- og debetkort misbruk, langt flere som svarer at de har opplevd identitetstyveri i gruppen *ga samtykke til å dele persondata* sammenliknet med de andre. I den første undersøkelsen 12% sammenliknet med 3%, og den andre undersøkelsen 28% sammenliknet med 4%. Vi kan vise dette med den alternative fremstillingsformen: hvor mange i gruppen som ga samtykke til å dele persondata svarte at de hadde opplevd identitetstyveri?

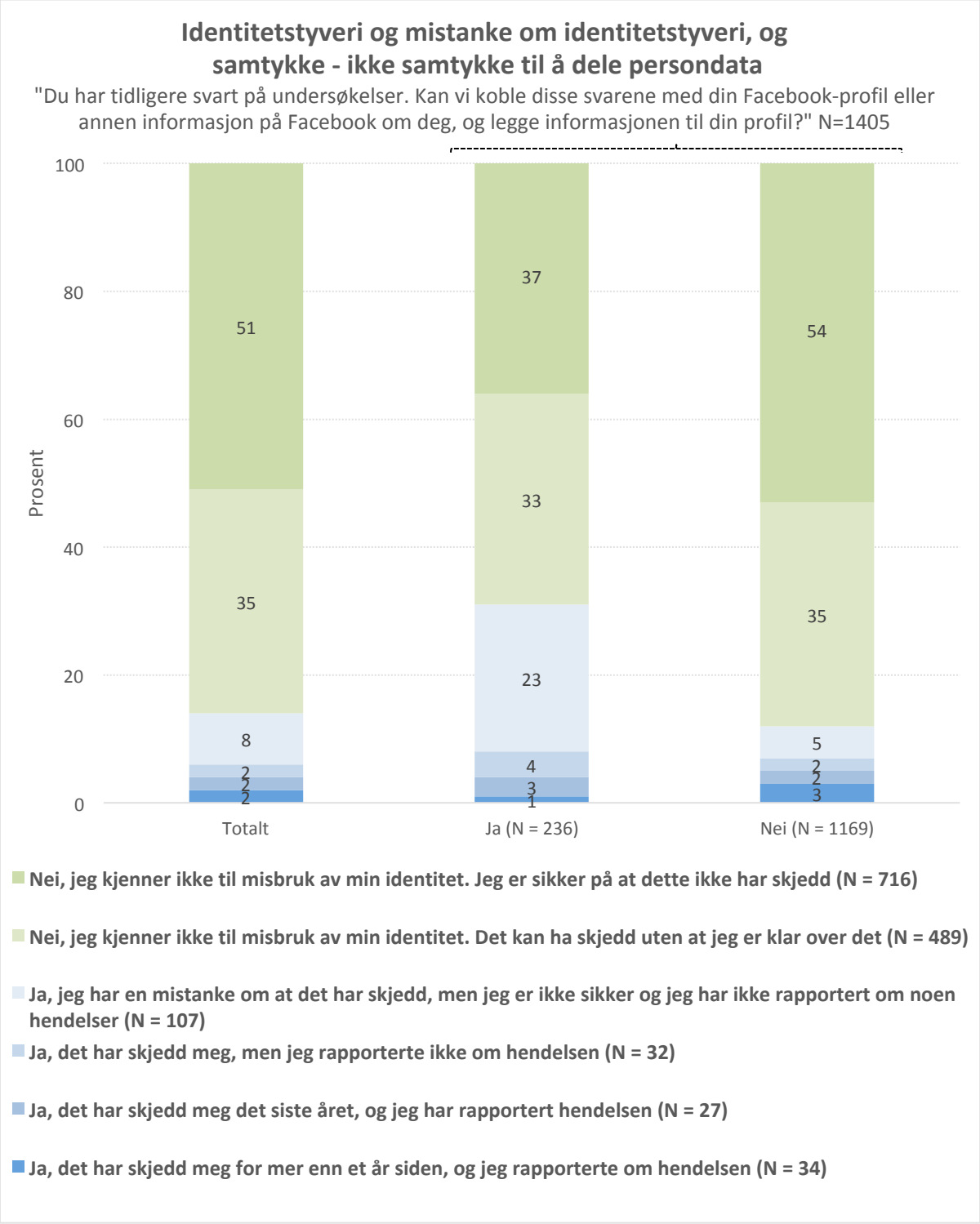


Figur 85: Identitetstyveri og ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 1.



Figur 86: Identitetstyveri og ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

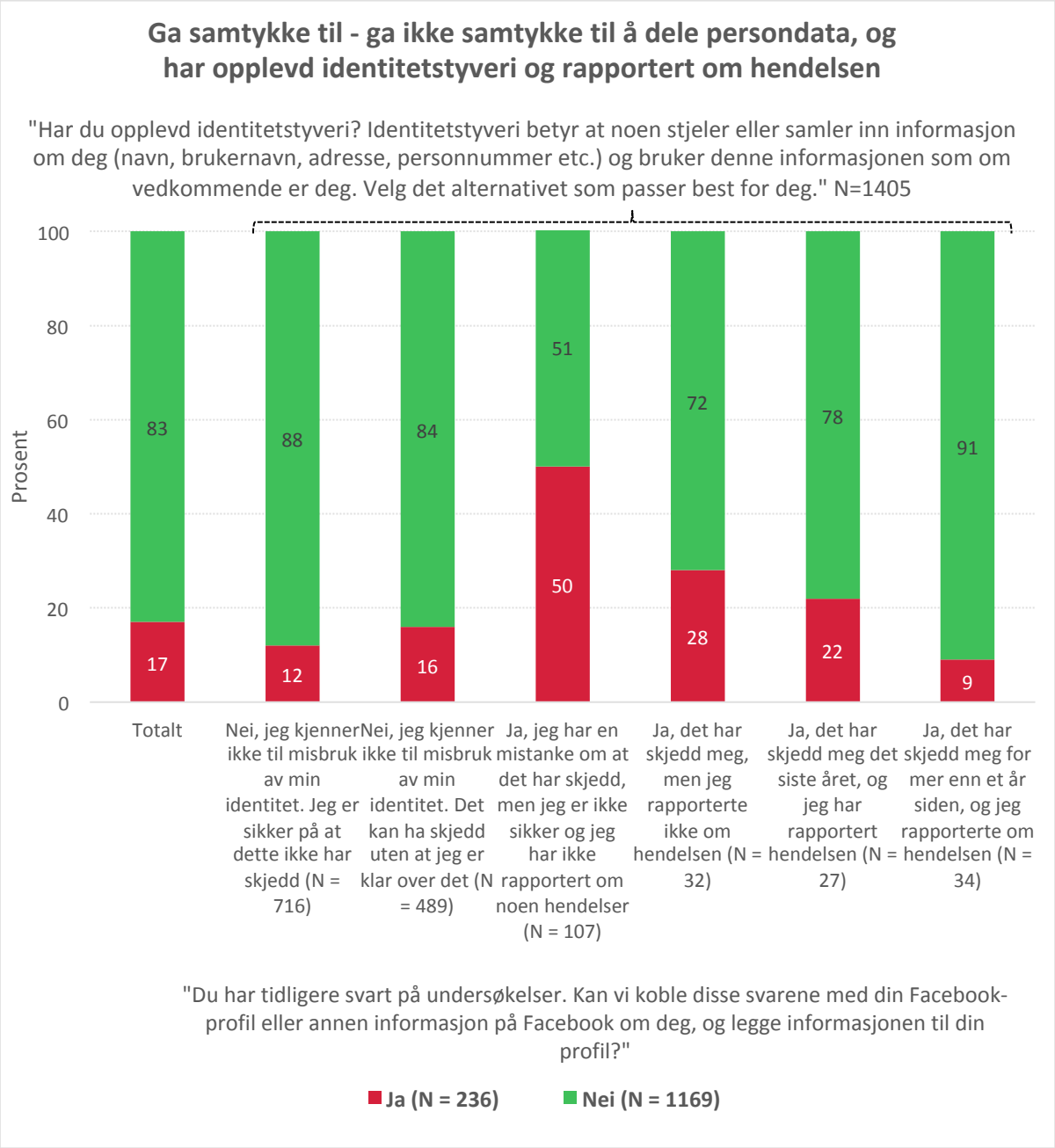
Den alternative fremstillingsmåten, søylene i figurene 85 og 86 viser det samme mønsteret som for kreditt- og debetkort misbruk; det er langt flere blant de som ga samtykke som også svarte at det hadde opplevd ID-tyveri, 57% sammenliknet med gjennomsnittet på 26%, og 61% sammenliknet med 17% i den andre undersøkelsen. I den andre undersøkelsen benyttet vi flere svaralternativer.



Figur 87: Har du opplevd identitetstyveri og har du rapportert om hendelsen. Undersøkelse 2.

Det er 4% (2% + 2%) som sier at de har rapporterer om hendelser. I tillegg til 2% som mener at identitetstyveri har skjedd for mer enn 1 år siden. Dessuten er det er 8% som har mistanke om at det kan ha skjedd. Det er ikke overraskende at en del har mistanke om dette. Denne type kriminalitet kan skje uten at personen er klar over tyveriet.

Den største gruppen er de 51% som svarer de er helt sikre på at identitetstyveri ikke har skjedd. Blant disse er det 12% som ga samtykke til å dele persondata. Dette er færre en gjennomsnittet på 17% og tyder på en noe større grad av forsiktighet sammenliknet med de andre.

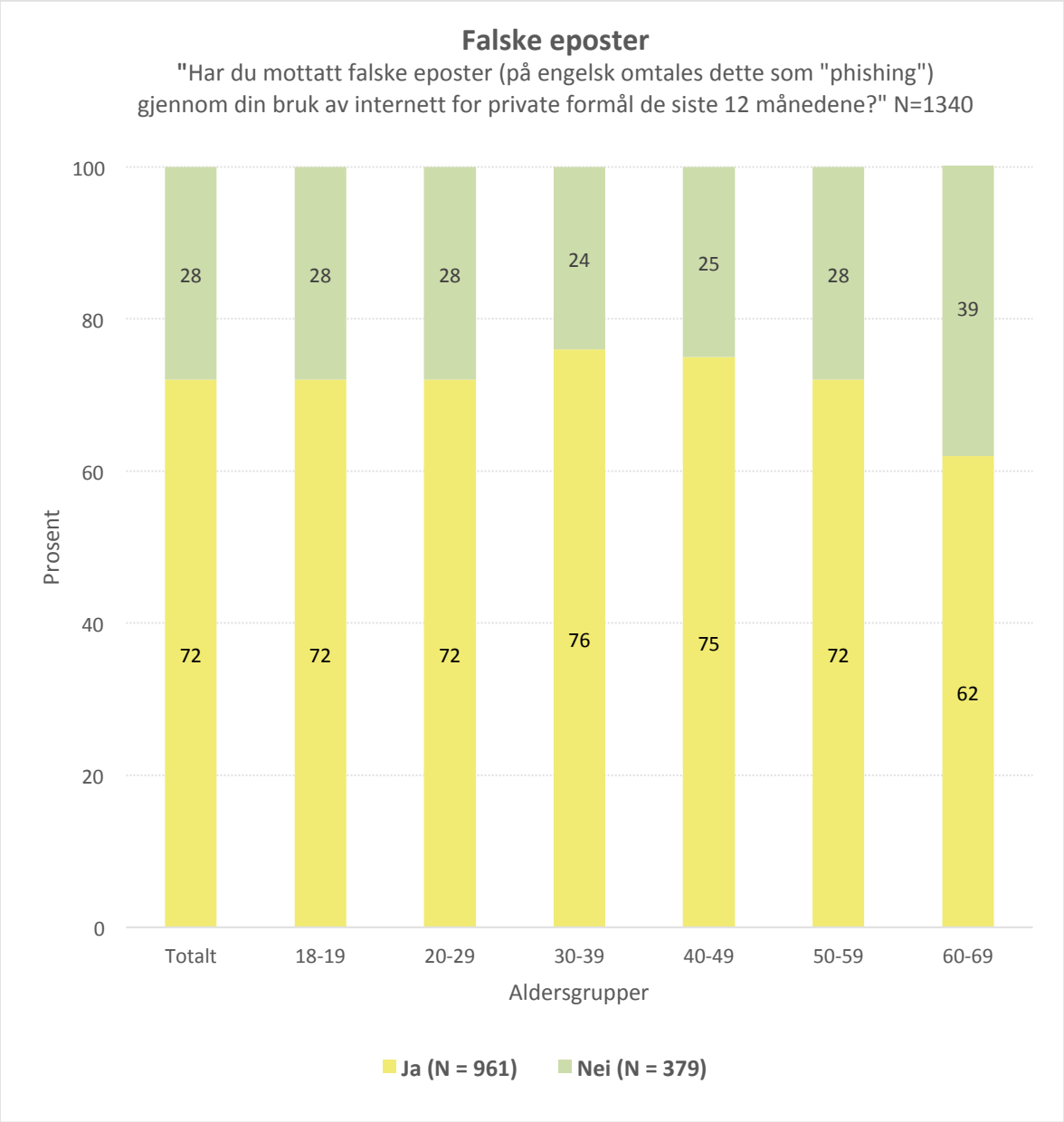


Figur 88: Har du opplevd identitetstyveri? Om en har rapportert om hendelsen, og samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

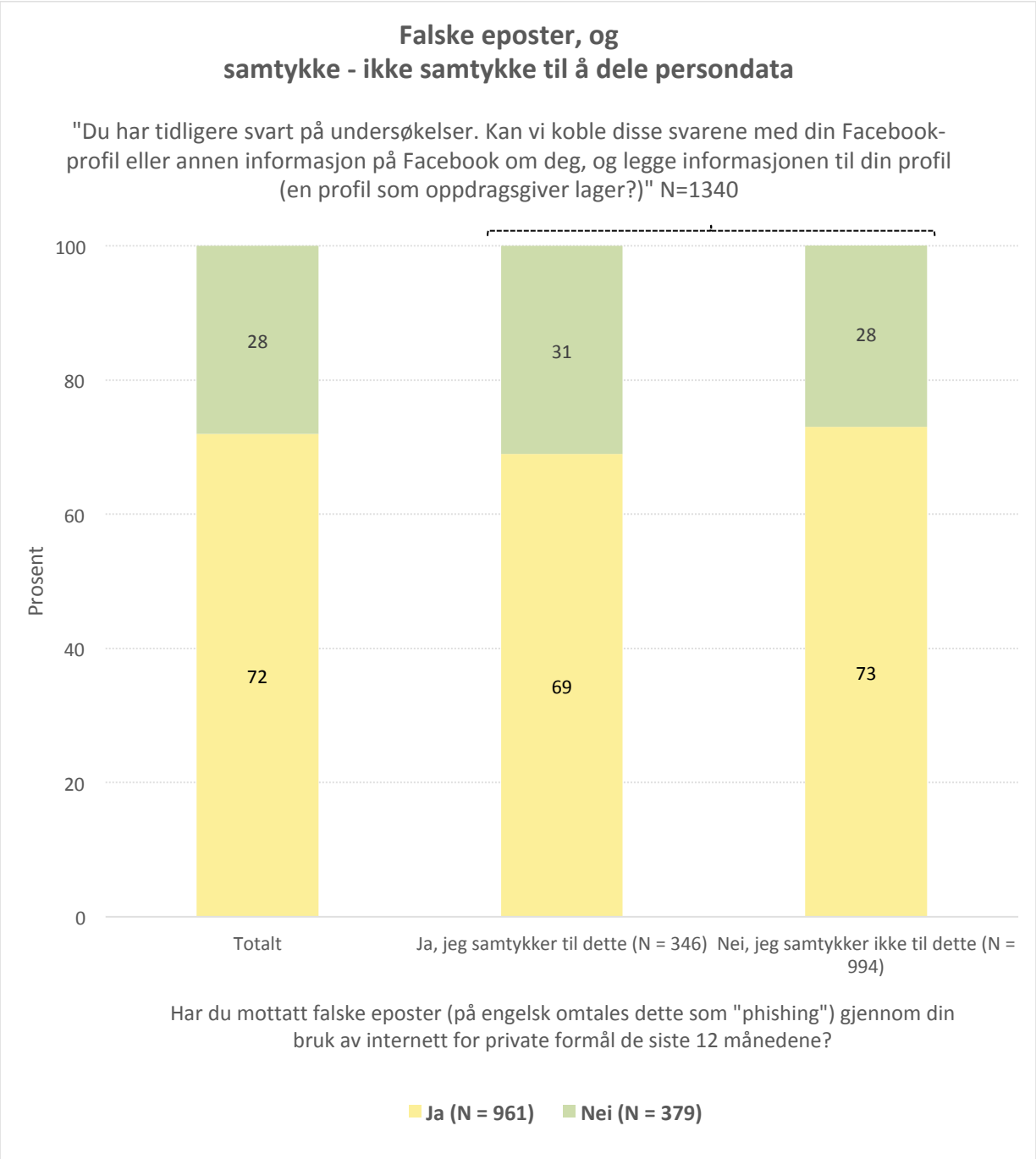
Det er i de to gruppene ”rapporterte ikke” at flest ga samtykke til å dele persondata. I gruppen ”har mistanke om at det har skjedd, men rapporterte ikke” ga hele 50% ja på spørsmålet om samtykke.

Phishing, falske eposter og eposter som ber om opplysninger

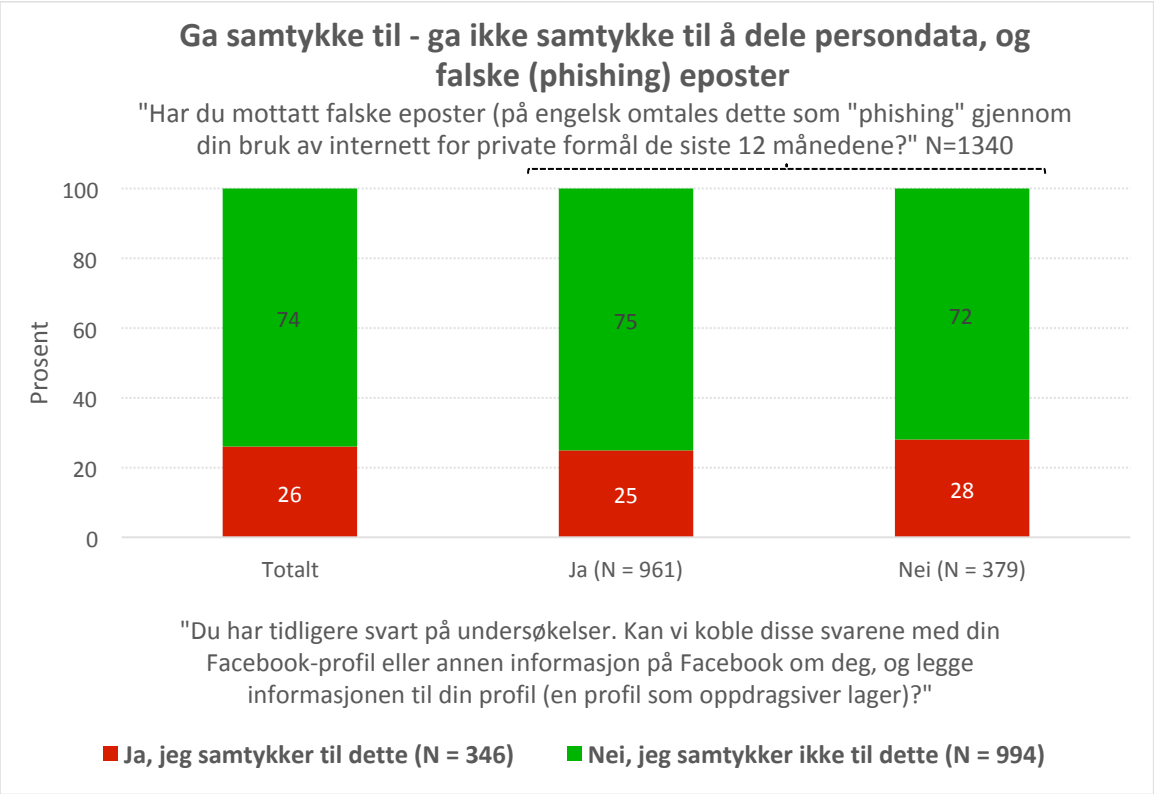
SSB spør i sin undersøkelse om en har mottatt eposter som ber om opplysninger (phishing). Vi stilt også dette spørsmålet. I den første undersøkelsen svarte 72% ja jeg har mottatt falske eposter. I den andre undersøkelsen svarte 61% ja, se figurene 89 og til 93.



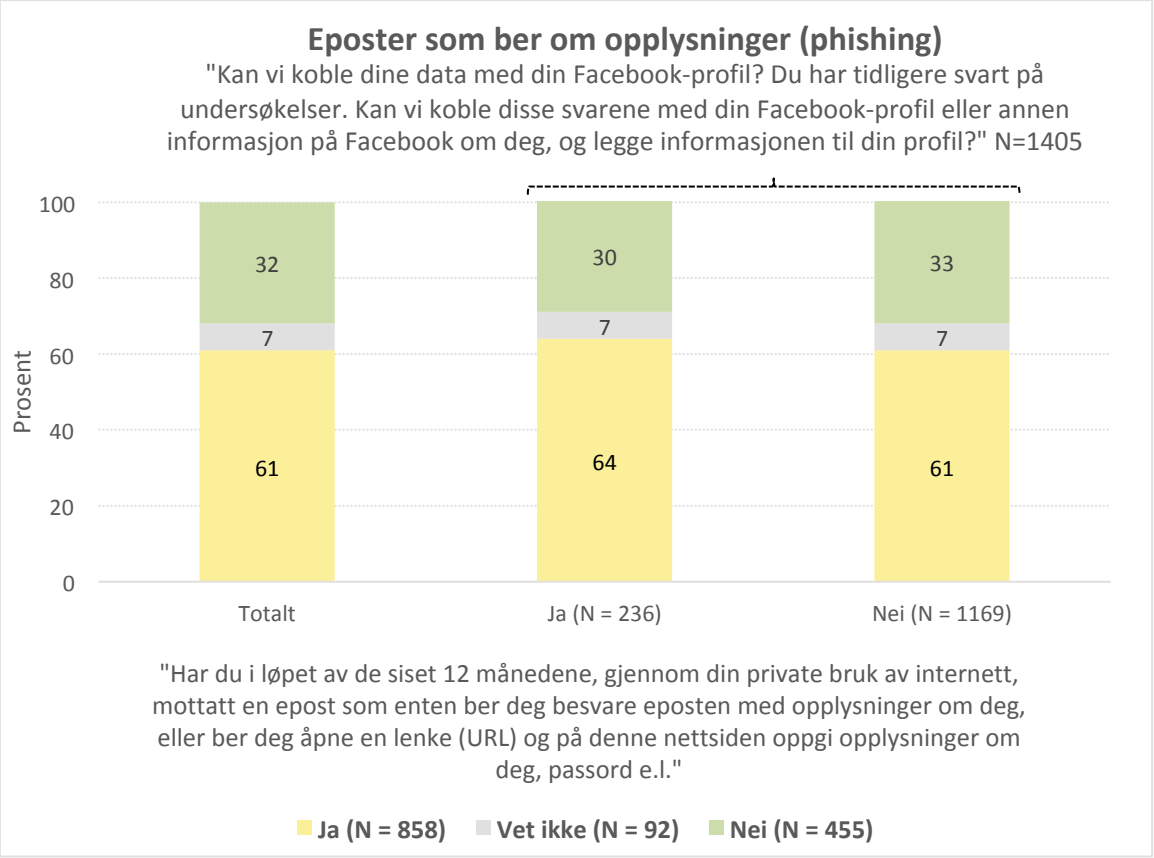
Figur 89: Falske eposter. Aldersgrupper. Undersøkelse 1.



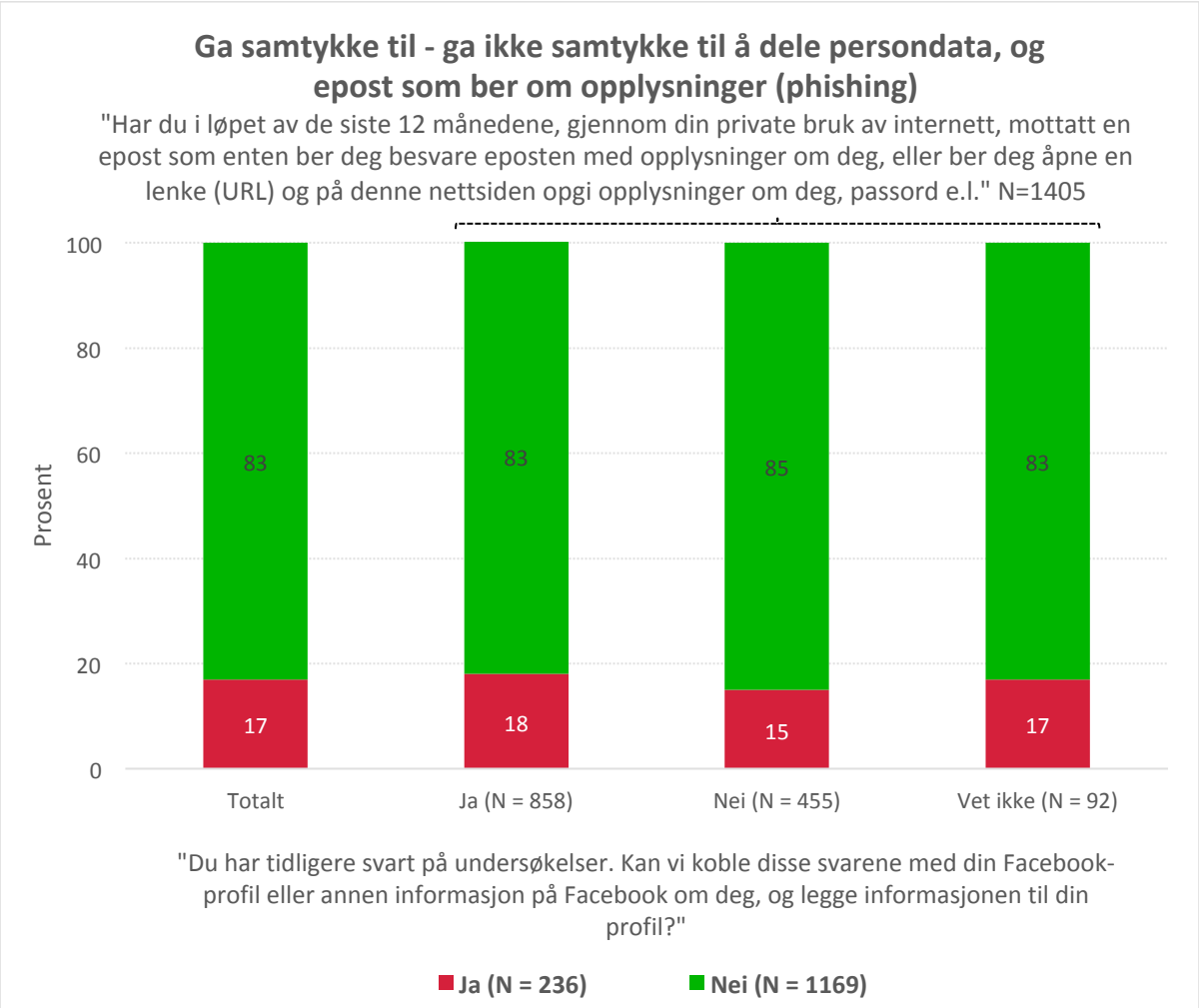
Figur 90: Har du opplevd noen av de følgende sikkerhetsrelaterte problemer gjennom din bruk av internett for private formål de siste 12 måneder. Falske eposter. Undersøkelse 1.



Figur 91: Samtykke til – ikke samtykke til å dele persondata. Falske eposter. Undersøkelse 1.



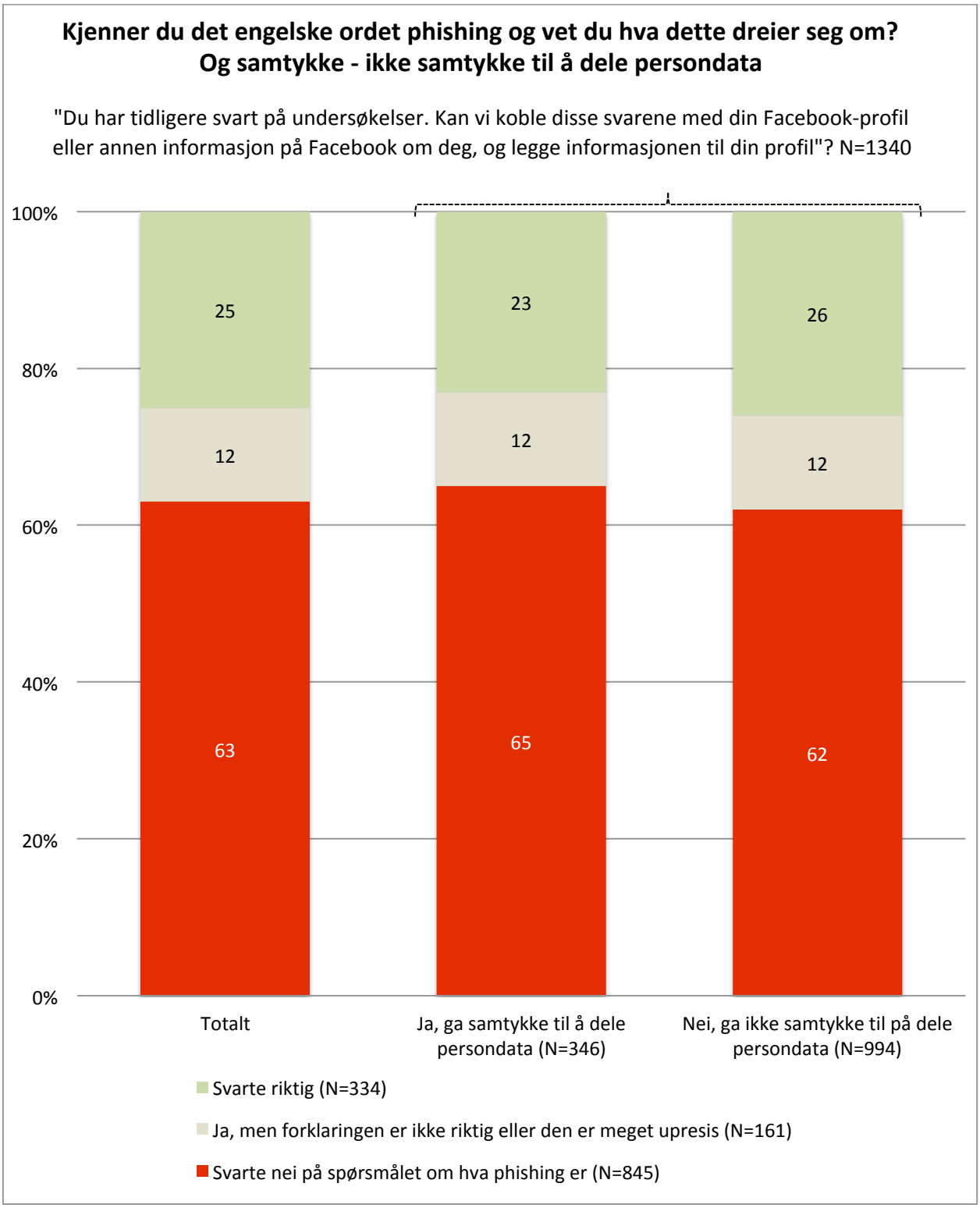
Figur 92: Falske eposter. Samtykke til – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



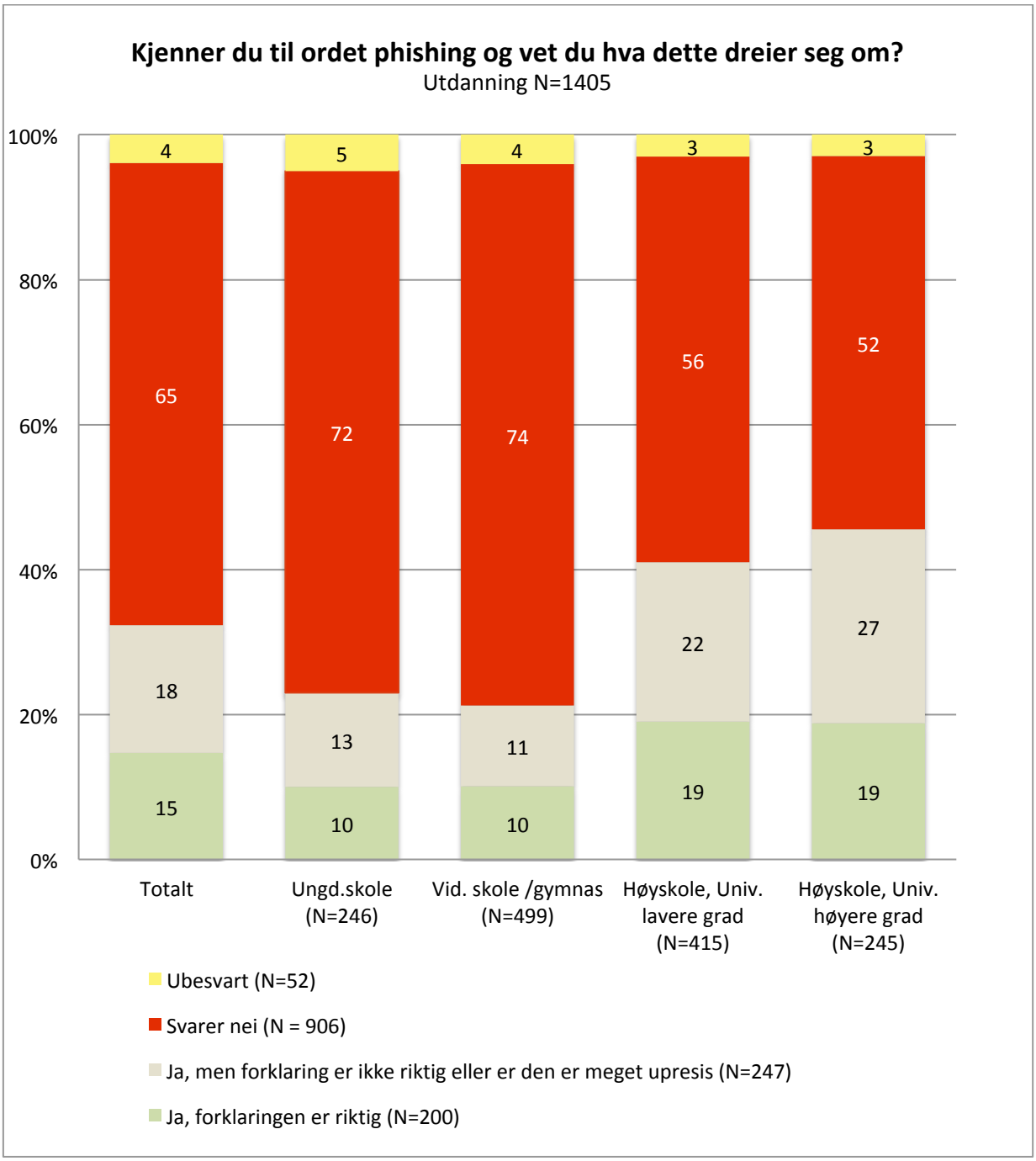
Figur 93: Falske eposter og samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.

Er det mulig at bare 72% og 61% (figurene 89 og 92) har mottatt falske eposter? Flere burde sannsynligvis ha svart ja på dette spørsmålet, men ikke alle vet hva phishing er, og noen ganger legger en nok ikke mottaker merke til at eposten er falsk epost. Det kan legges til at SSB endret formulering i 2019. Det står nå *"…ber deg besvare eposten med opplysninger om deg, eller ber deg åpne en lenke…"* Deltakeren trenger ikke kjenne til ordet phishing for å forstå hva spørsmålet dreier seg om.

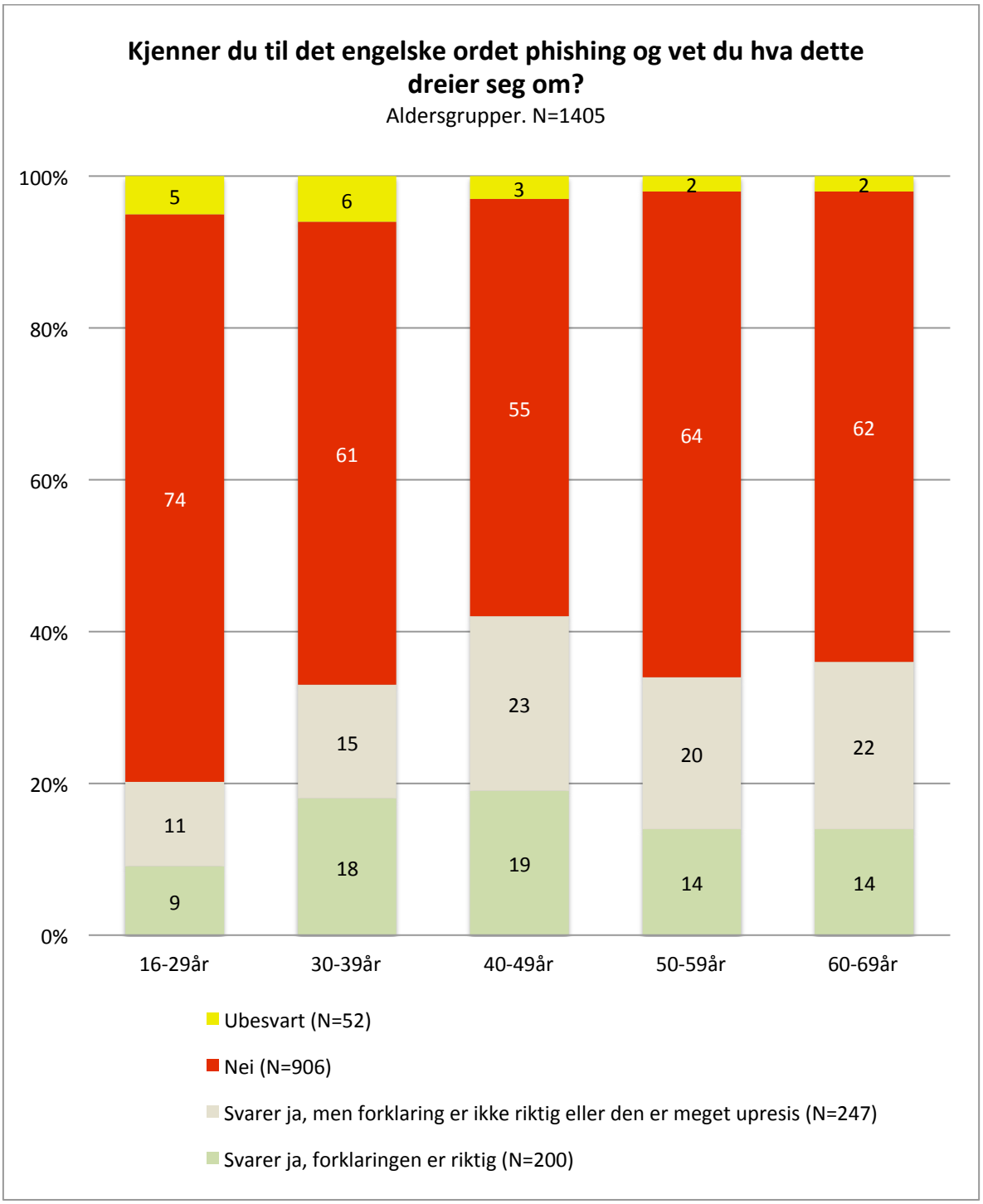
Phishing dreier seg om å utnytte menneskelige svakheter, for eksempel uoppmerksomhet. En falsk nettside kan være svært lik en ekte nettside. Phishing er det at noen lurer en person til å oppgi persondata, opplysninger som deretter kan misbrukes av den som står bak phishing-angrepet. Ovenfor har vi vist svarene på de spørsmålene om eposter som også SSB bruker. Vi har i tillegg spurt om begrepet phishing. Hva mener deltakeren at dette dreier seg om? Når det stilles åpne spørsmål i undersøkelser vil det være en del som ikke svarer, men går videre til neste spørsmål. Dessuten, phishing er et engelsk ord og et faguttrykk. Det er nok mange som kan ha hørt ordet i media, på jobb eller i skolesammenheng, men vi forventet likevel at flertallet ikke kunne redegjøre for begrepet.



Figur 94: Vet hva phishing er? Undersøkelse 1.



Figur 95: Kjennskap til begrepet phishing. Utdannelse, fire grupper. Undersøkelse 2

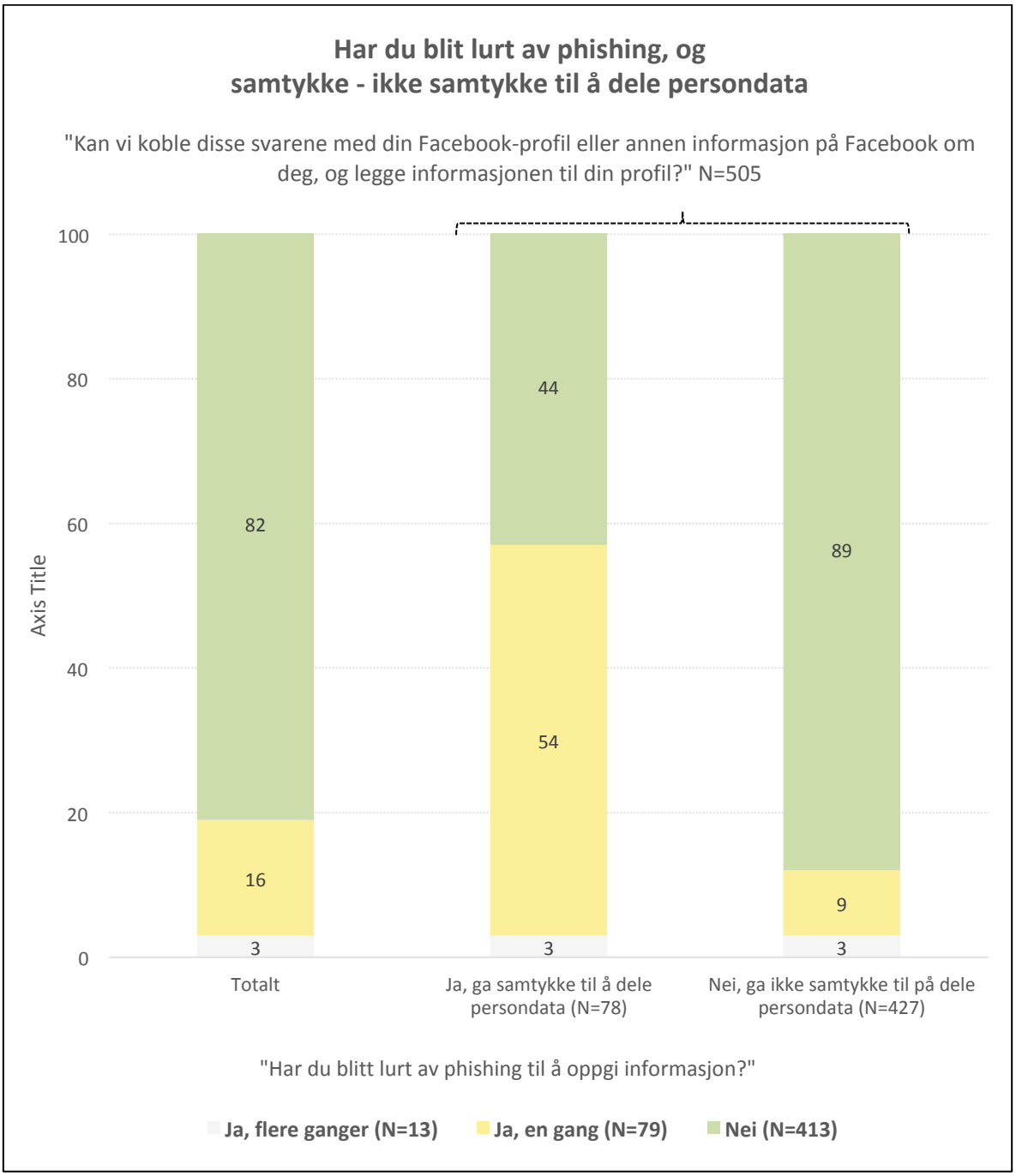


Figur 96: Kjenner du til det engelske ordet phishing og hva dette dreier seg om? Aldersgrupper. Undersøkelse 2.

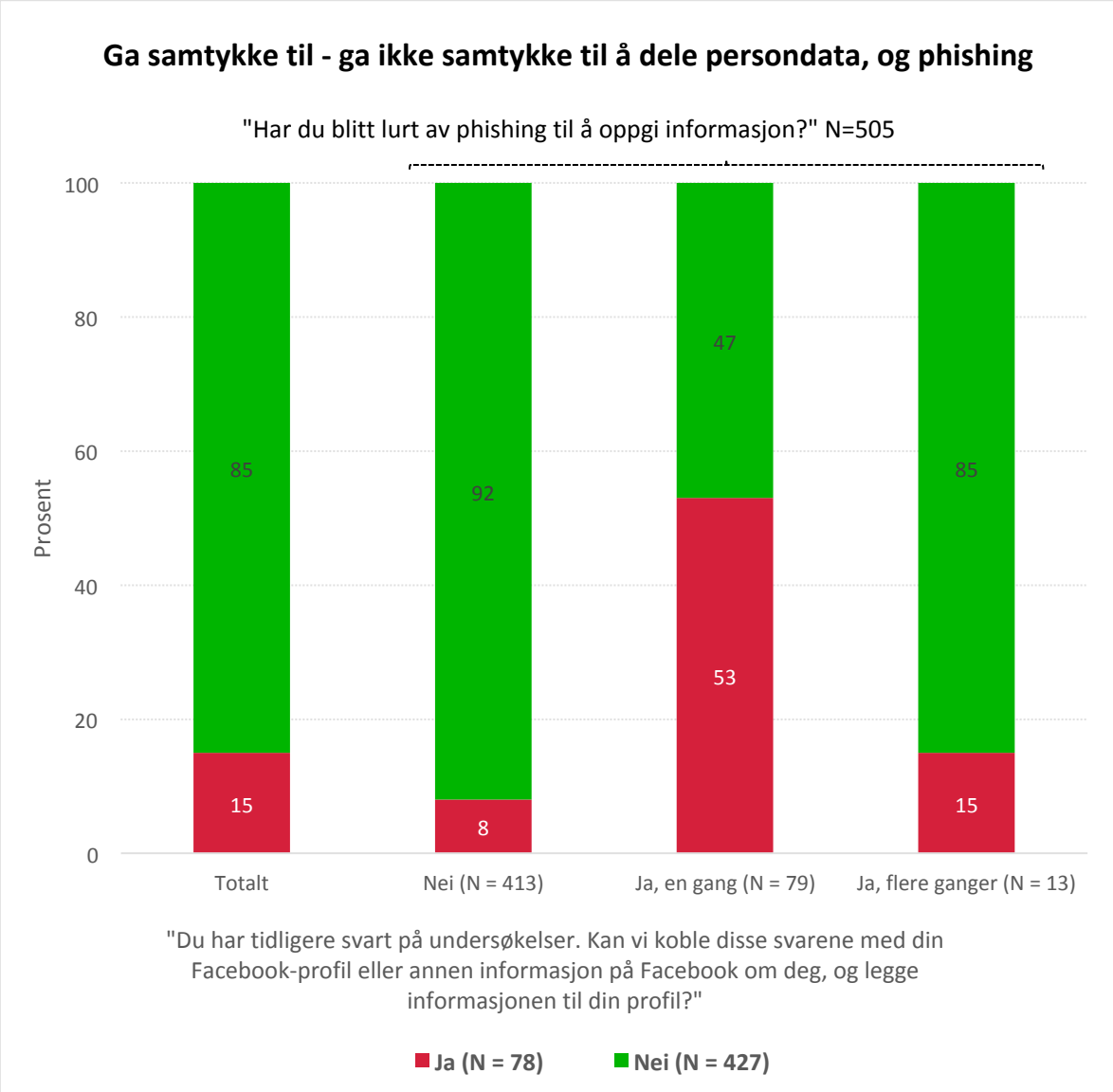
2 av 3 svarte at de ikke vet hva phishing er. Deltakerne ble bedt om å skrive en forklaring. Svarene til 25% i den første undersøkelsen og 15% i den andre undersøkelsen ble kodet som riktige svar. Det er nok noen flere som vet hva phishing er, men som ga en meget upresis forklarer. Av aldersgruppene var de flest blant de som er 30-49 år som kunne gi en riktig forklaring på hva phishing er.

Det er flere med høyere utdanning i den første undersøkelsen sammenliknet med den andre. Dette kan ha være noe av forklaringen til at det var flere i den første undersøkelsen som kjente begrepet phishing. Det er flere blant de med høyskole eller universitetsutdanning som kan forklare begrepet.

I den neste figuren vises andelen som har opplevd phishing blant de som ikke svarte nei jeg vet ikke hva phishing er. Av totalt 1405 var det 505 (ca. 1 av 3) som besvarte dette spørsmålet.



Figur 97: Har du blitt lurt av phishing til å oppgi informasjon? Ga samtykke - ga ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



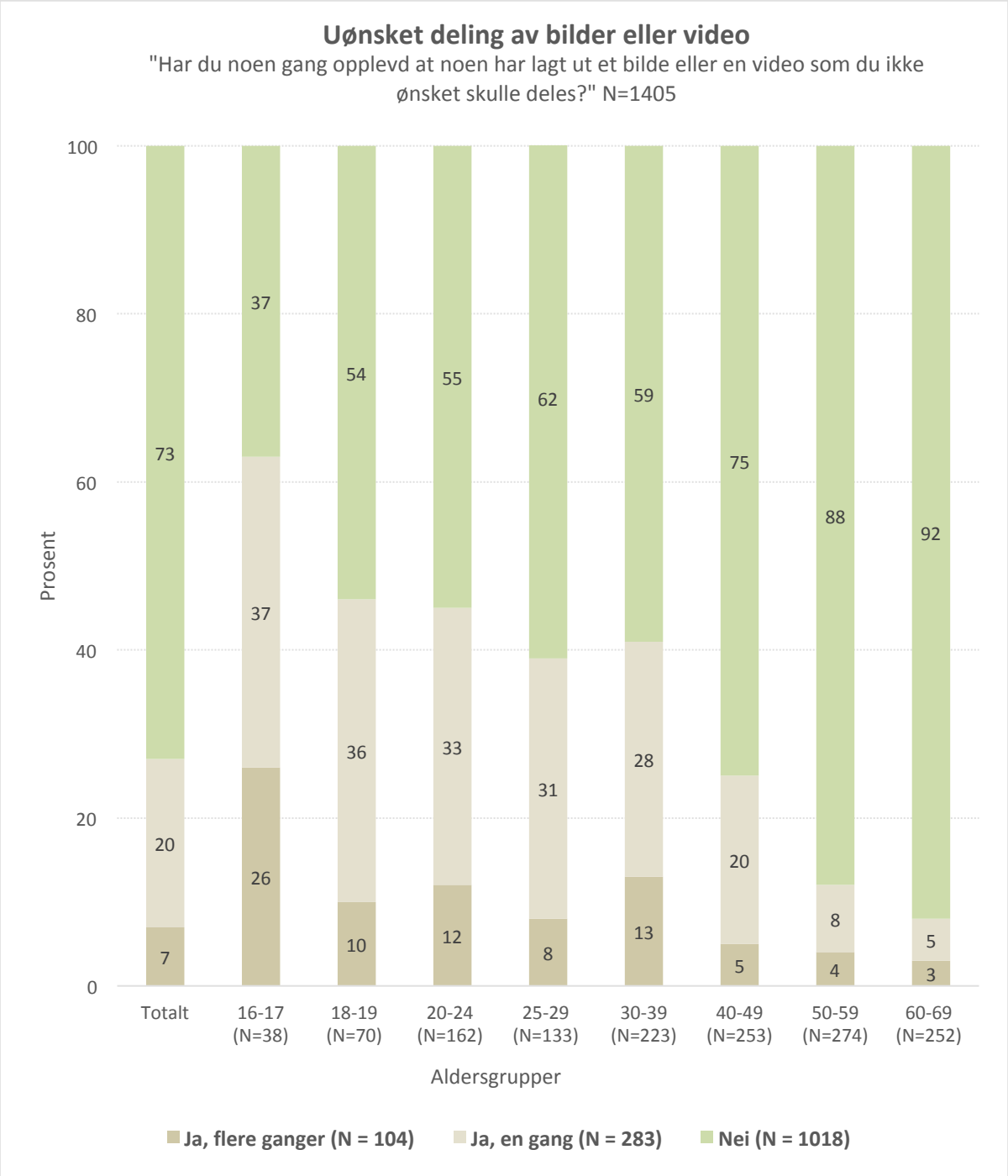
Figur 98: Ga samtykke - ga ikke samtykke til å dele persondata. Har du blitt lurt av phishing til å oppgi informasjon. Undersøkelse 2.

Det er, ifølge figur 97, lang flere blant de som ga samtykke som har opplevd phishing, spesielt blant de som svarte ja, jeg har engang opplevd phishing. Svarene på spørsmålene om phishing tyder på at sårbarheten også dreier seg om villighet til å gi samtykke til å dele persondata. Det at en er villig til å dele persondata er bare en faktor av flere mulige forklaringer, og det må understrekes at phishing først og fremst en ulovlig aktivitet. Selv den som er oppmerksom og forstår hva phishing dreier seg om kan bli lurt.

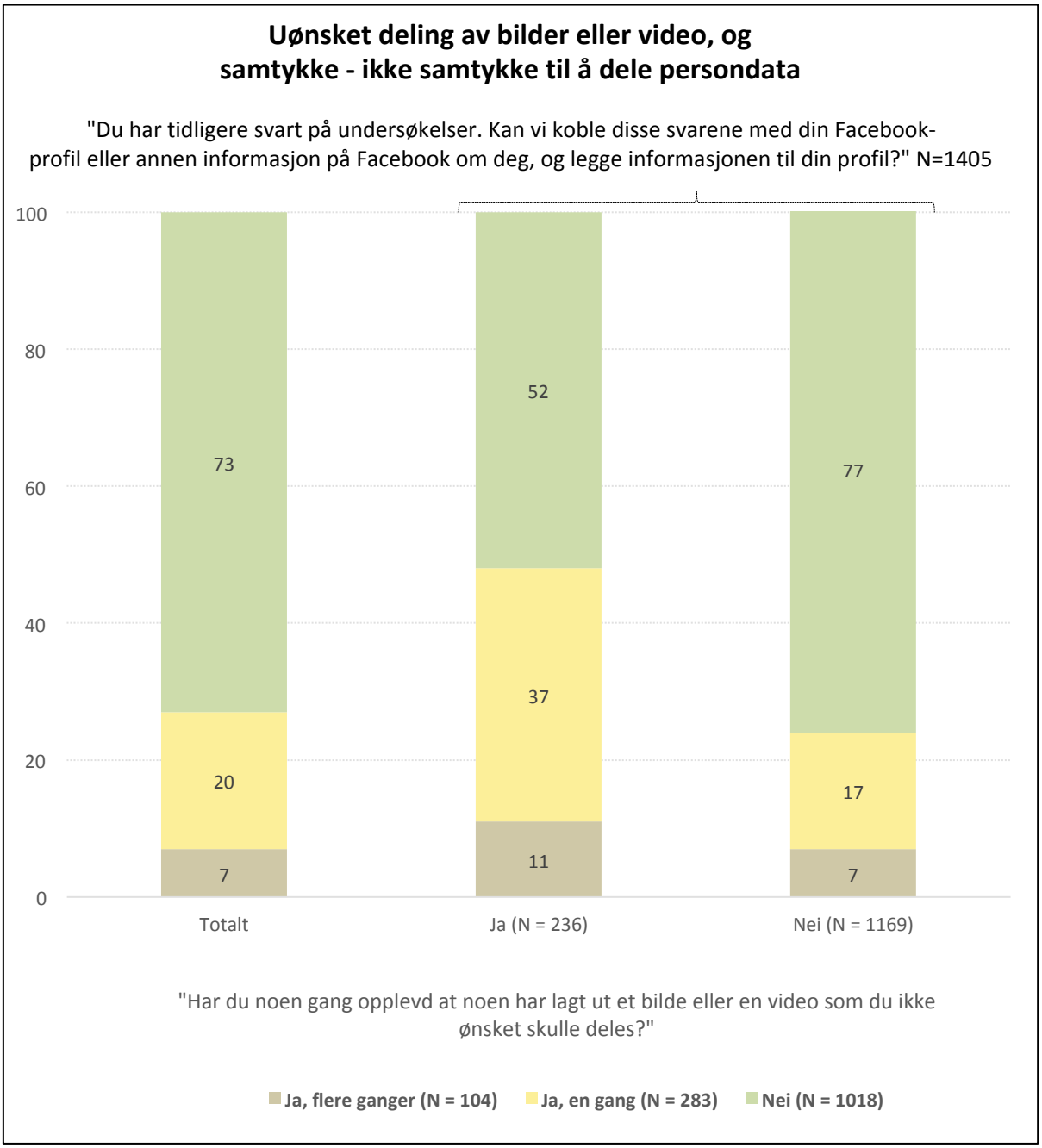
Uønsket deling av bilder og videoer

Den andre undersøkelsen har en rekke spørsmål om persondata som ikke er med i den første undersøkelsen. I den neste delen presenterer vi svar på spørsmål fra den andre undersøkelsen.

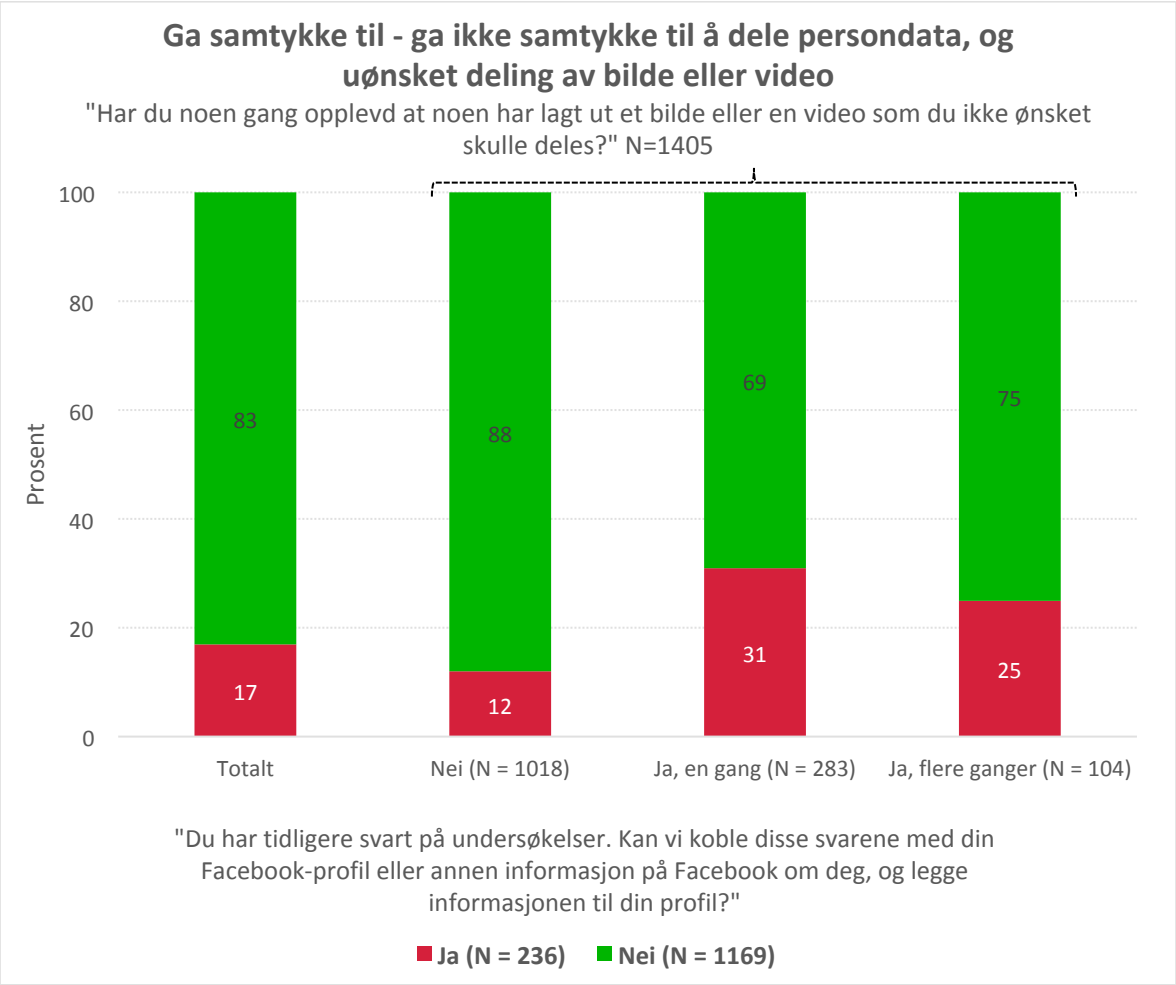
Deling av bilder dreier seg både om andres deling, og det en selv gjør. Vi har spurt om begge disse, og brukt formuleringen ”det er ikke alt som er lovlig å dele eller sende til andre.” Det kan for eksempel være nakenbilder, men regelen om samtykke er ikke begrenset til en type bilder. Vi har nevnt nakenbilder fordi vi tar som utgangspunkt at slike bilder oppleves som private og at den enkelte ikke ønsker at nakenbilder skal spres.



Figur 99: Har du noen gang opplevd at noen har lagt ut et bilde eller en video som du ikke ønsket skulle deles. Alder. Undersøkelse 2.



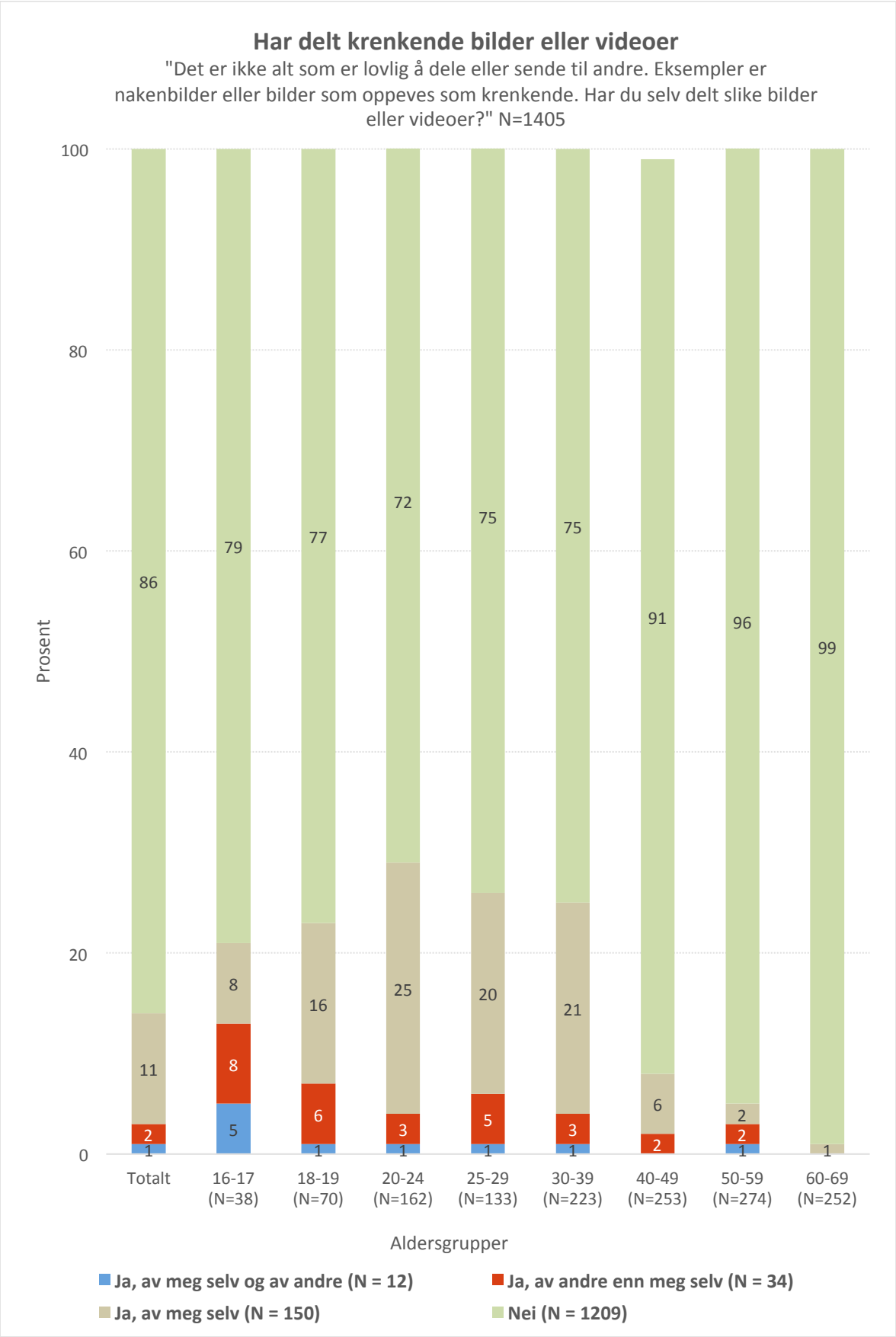
Figur 100: Har du noen gang opplevd at noen har lagt ut et bilde eller en video som du ikke ønsket skulle deles? Ga samtykke - ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



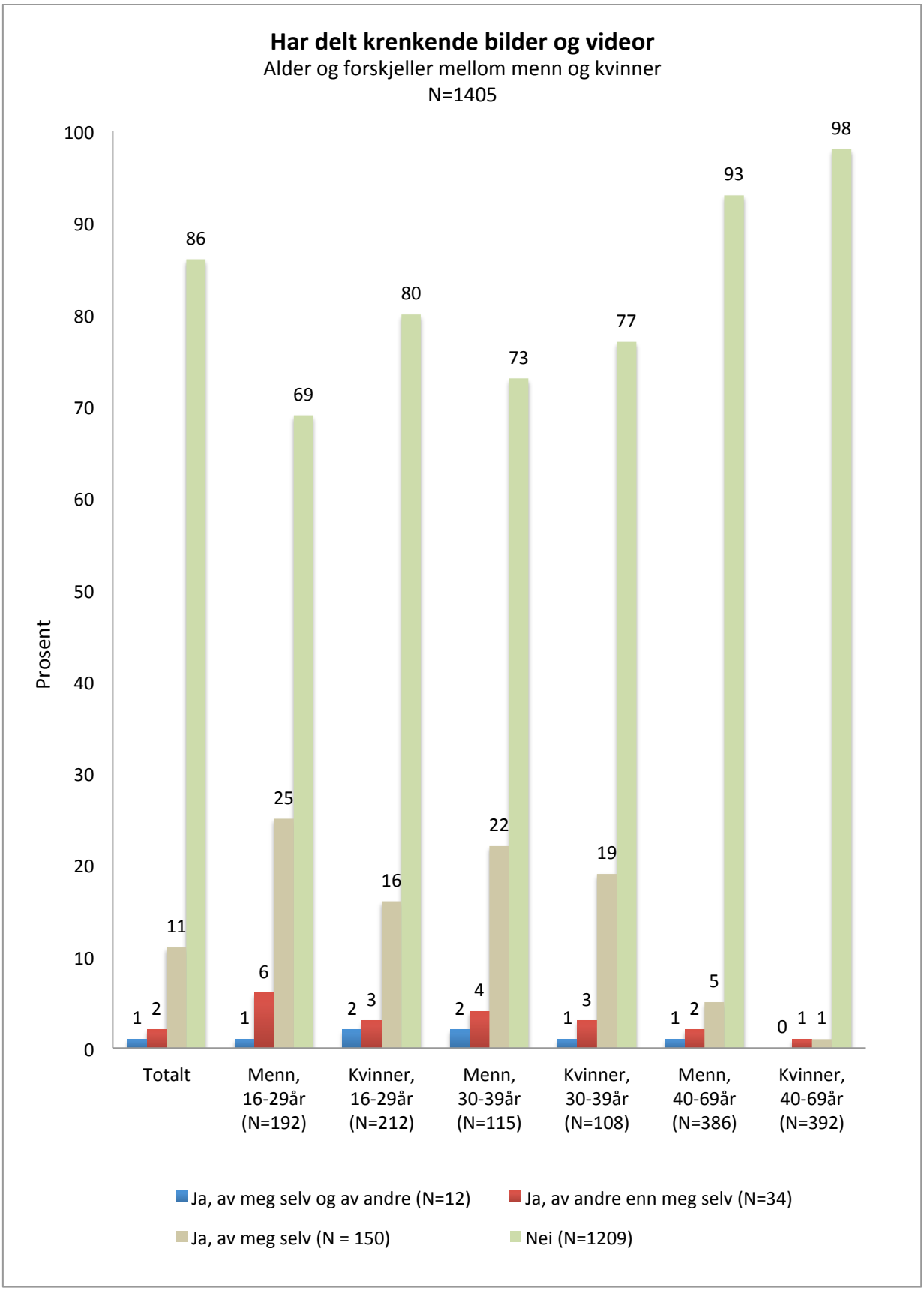
Figur 101: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Har du noen gang opplevd at noen har lagt ut et bilde eller en video som du ikke ønsket skulle deles? Undersøkelse 2.

Det er 27% (20+7) som svarer at de har opplevd uønsket deling (Figur 99). Figuren 100 viser at blant de som har opplevd uønsket deling, en gang var andel som ga samtykke 31%, og 25% blant de som er i opplevd uønsket deling flere ganger. Disse tallene kan sammenliknes med gjennomsnittet på 17%, eller de andre som ikke har opplevd dette (12%).

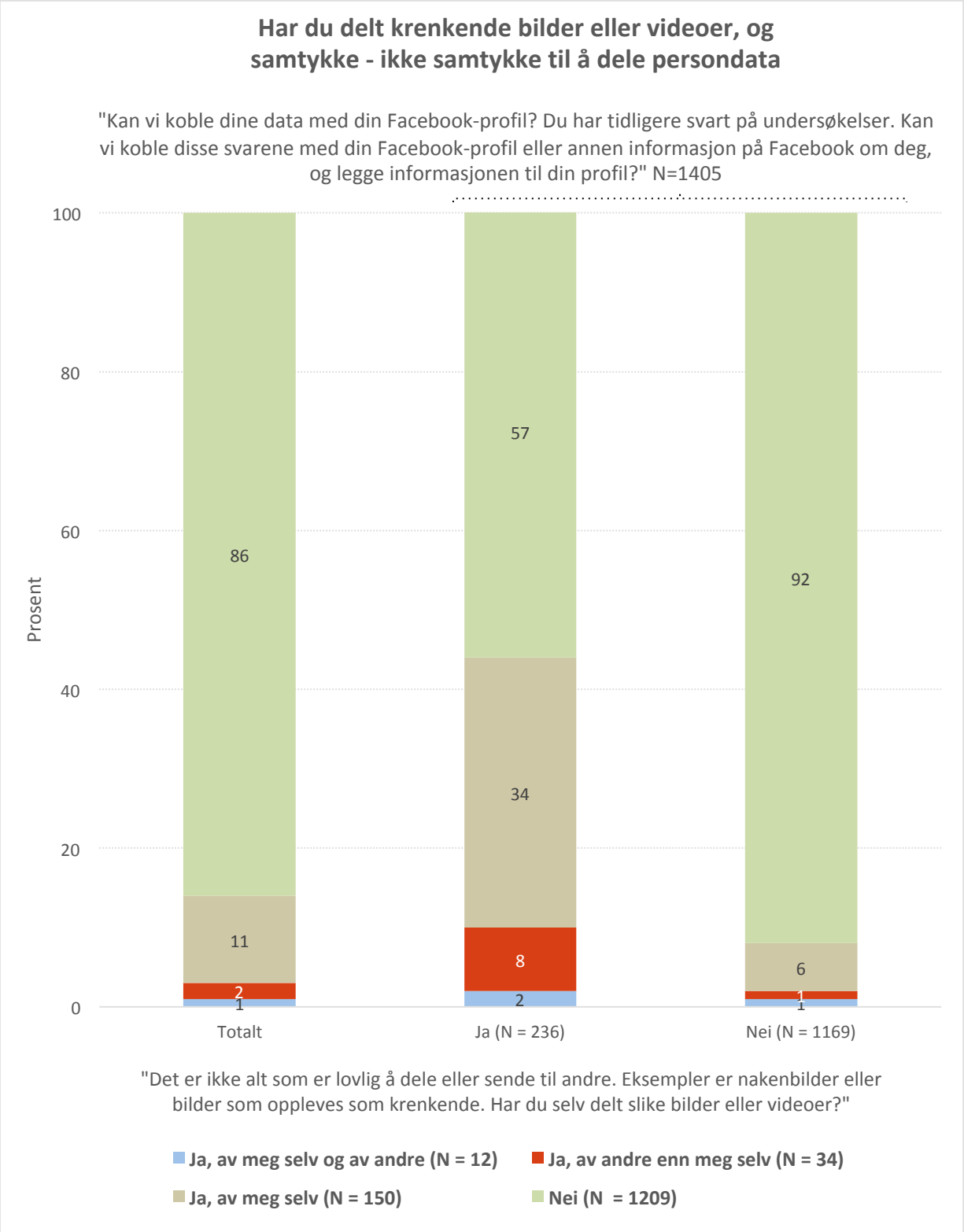
Vi spurte også om deling av krenkende bilder eller videoer. Vi brukte nakenbilder som eksempel.



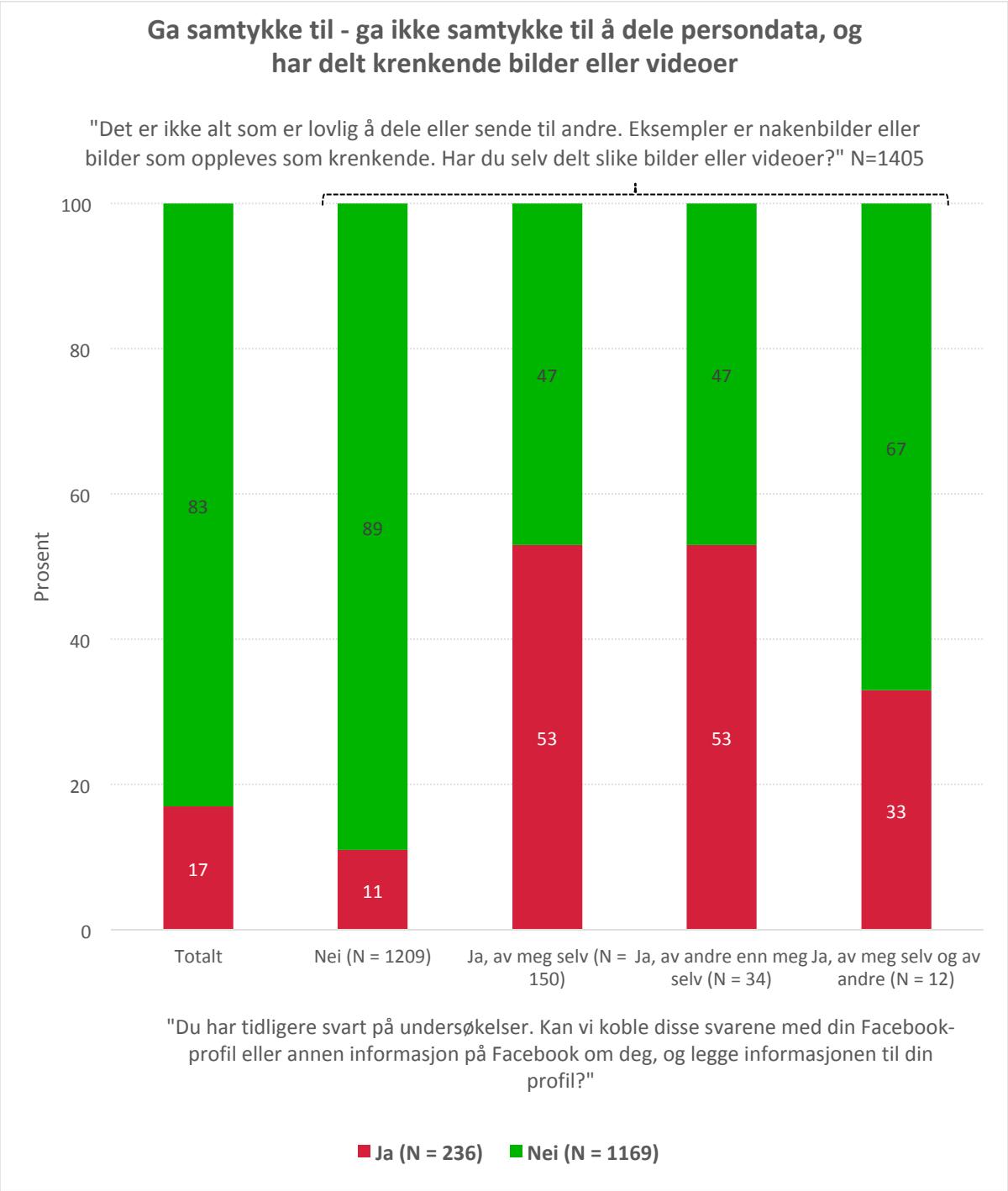
Figur 102: Har du selv delt krenkende bilder eller videoer? Aldersgrupper.Undersøkelse 2



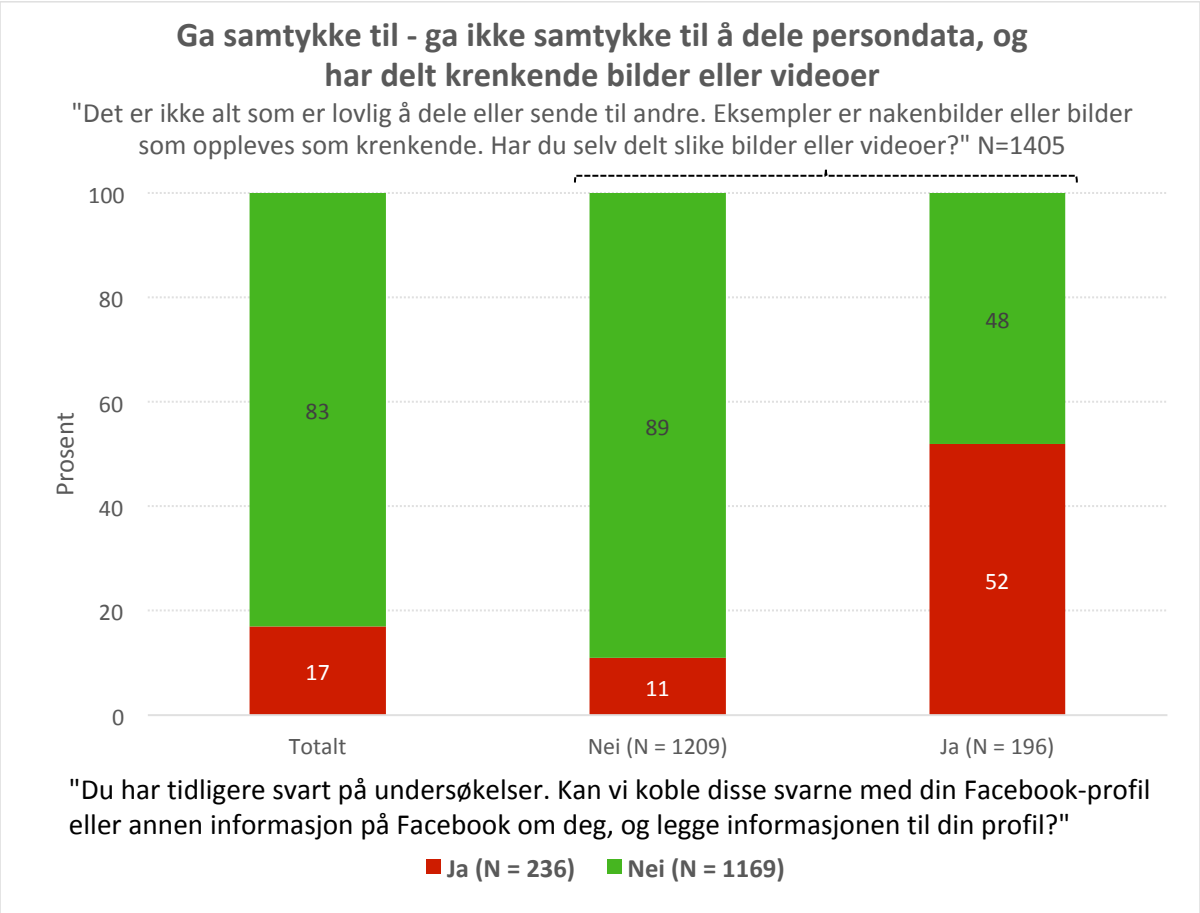
Figur 103: Har delt krenkende bilder eller videoer av seg selv og, eller av andre. Alder og forskjeller mellom menn og kvinner. Undersøkelse 2.



Figur 104: Det er ikke alt som er lovlig å dele. Om å dele bilder eller videoer som er krenkende. Undersøkelse 2.



Figur 105: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Har delt krenkende bilder eller videoer av seg selv eller av andre? Undersøkelse 2.



Figur 106: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Har delt krenkende bilder eller videoer. Undersøkelse 2.

Det er forskjeller mellom aldersgruppene, se figur 103, og mellom menn og kvinner, se figur 104. Hovedskille går mellom de som er i aldersgruppen 16-39 år, og de som 40 år eller eldre. Dette vil kanskje overraske fordi det en leser eller hører om deling av denne typen bilder og videoer dreier seg i hovedsak om unge, se for eksempel *Barn og medier-undersøkelse 2018*[10]. I undersøkelsen gjennomført på oppdrag av NRK november – desember 2018 svarte 46% at de hadde sendt "nakenbilder eller seksuelt innhold av deg selv via mobil eller internett." I denne undersøkelsen var deltakerne i aldersgruppen 18-30 år.

Figurene 106 -108 viser at det er langt flere blant de som svarte ja til å dele persondata som også har delt "krenkende bilder og videoer." Krenkende og ikke lovlig er negativt ladede ord. Deltakerne svarer ut i fra sin subjektive oppfatning Det kan være ulike oppfatning om hva som er krenkende. Likevel, vi mener tallene er høye, spesielt i gruppen som ga samtykke til å dele persondata. Det er ikke overraskende at andelen er høyere i denne gruppen sammenliknet med en andre.

[10] https://medietilsynet.no/barn-og-medier/barn-og-medier-undersokelsen/

Refleksjonstesten CRT

Refleksjonstesten er omtalt som verdens korteste IQ-test[11]. I prosjektet ALerT, i disse to undersøkelsene, er den ikke brukt som en IQ-test, men for å si noe hvordan en tar beslutninger. En del deltakere vil beskrive spørsmålene som IQ-spørsmål selv om den dreier seg om å undersøke om en person kan beskrives som intuitiv eller reflekterende. Refleksjonstesten er laget for å avdekke om en svarer med en gang, uten å stanse opp og tenke seg om, eller om en tenker seg om før en svarer. Det er nok en mindre gruppe som uansett kan svare riktig med en gang, men de fleste må tenke litt og kanskje legge sammen og sjekke tallene på spørsmålene før de svarer.

Den opprinnelige refleksjonstesten ble laget av Shane Frederick ved Yale Universitet i USA. Den er brukt i mange forskningsprosjekter. I den første undersøkelsen valgte vi å bruke de tre første spørsmålene fra den opprinnelige testen og seks spørsmål til. I den andre undersøkelsen brukte vi de tre første spørsmålene. Det er en fordel med flere enn tre spørsmål, men svært mange bruker de første tre spørsmålene fra den opprinnelige testen publisert av Frederick i 2005.

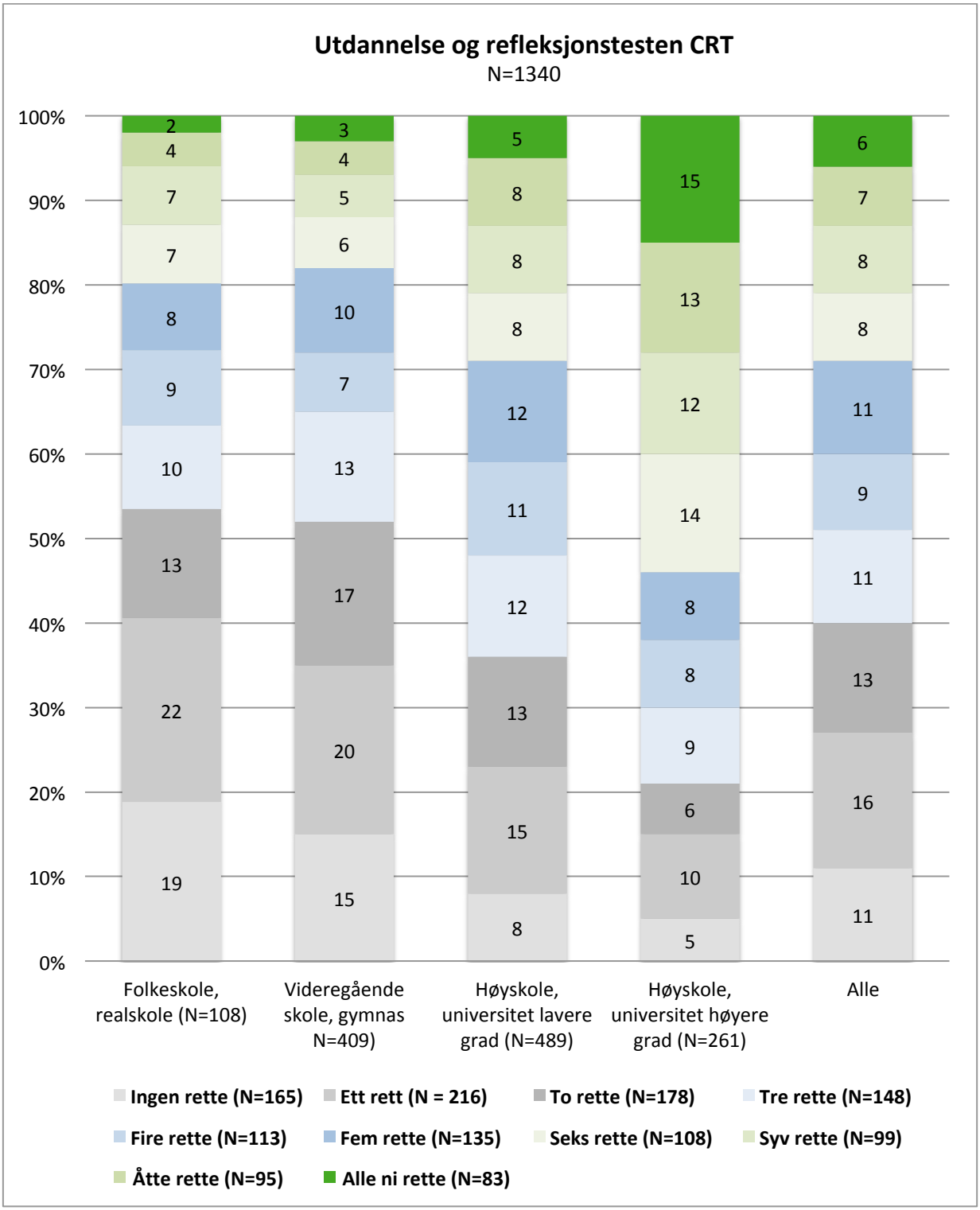
I en del sammenhenger er det vanlig å bruke personlighetstester. Ofte har slike tester mange spørsmål. De er derfor ikke like godt egnet i nasjonale undersøkelse, i meningsmålinger hvor en må ta hensyn til lengden, det at undersøkelsen ikke kan vare lenge.

Når formålet er å undersøke hvorfor en deler persondata er det viktig å ikke bare stille spørsmål om holdninger og meninger, og om en har du opplevd misbruk av persondata. Vi ønsker, hvis det er grunnlag for det, å peke forklaringer eller sammenhenger. Refleksjonstesten kan, hvis den avdekker forskjeller, bidra til å si noe om dette hvorfor-spørsmålet. Ofte er det slik at vi tar beslutninger meget raskt, så å si automatisk. Dette er rasjonelt og det er ingen grunn til å kritisere dette, men det er situasjoner som krever at en tenker igjennom hva en skal gjøre, og mulige konsekvenser av de ulike valgene en står ovenfor.

I figur 13 (undersøkelse 1) ser vi at de med lengst utdannelse var mindre villige til å gi samtykke sammenliknet med gjennomsnittet, 22% mot 26%. Figur 1 viser det samme, 11% av de med høyeste utdannelse ga samtykke sammenliknet med snittet på 17%. Figurene 109 og 112 viser at de som har lang utdannelse gjør det bedre på refleksjonstesten enn de andre, men i alle utdannelsesgruppene er det en andel som svarer riktig på alle eller nesten alle spørsmålene. Er det slik at de som svarer riktig, som gjerne beskrives som reflekterende, er disse mindre villige til å dele persondata sammenliknet med de andre?

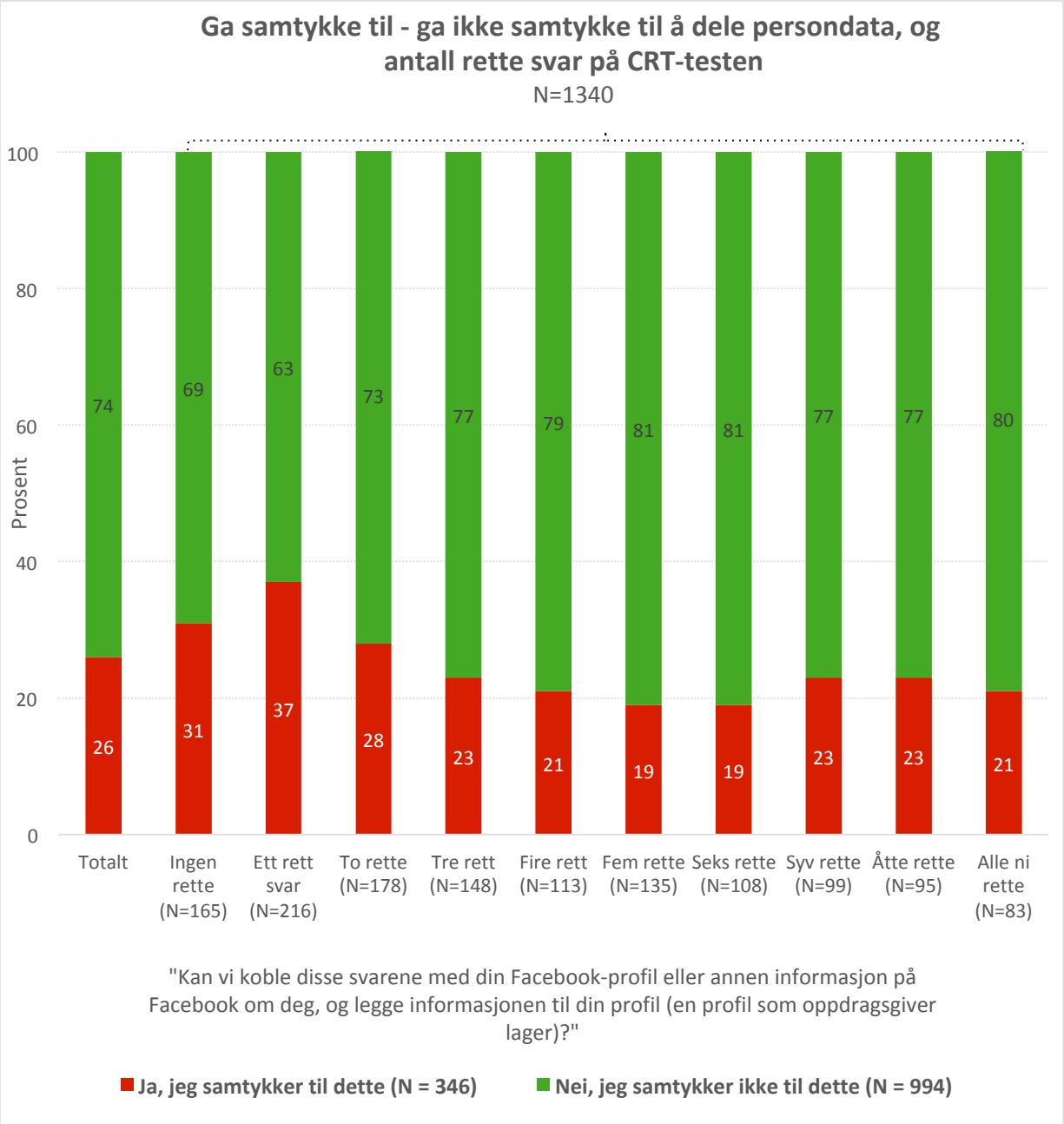
---

[11] https://www.iflscience.com/brain/prove-your-smarts-with-the-worlds-shortest-iq-test/

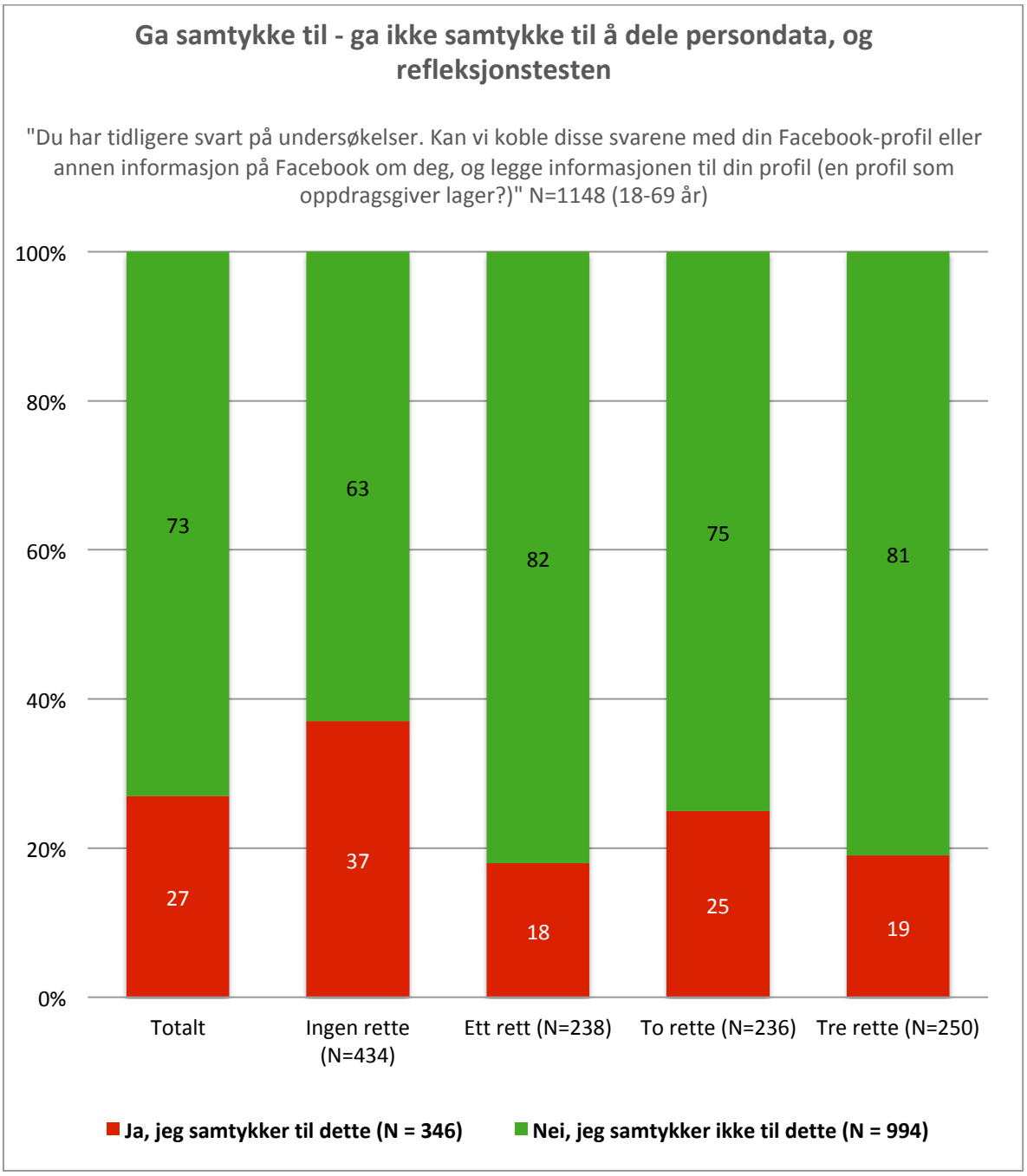


Figur 107: Utdannelse og antall rette svar på refleksjonstesten CRT. Undersøkelse 1.

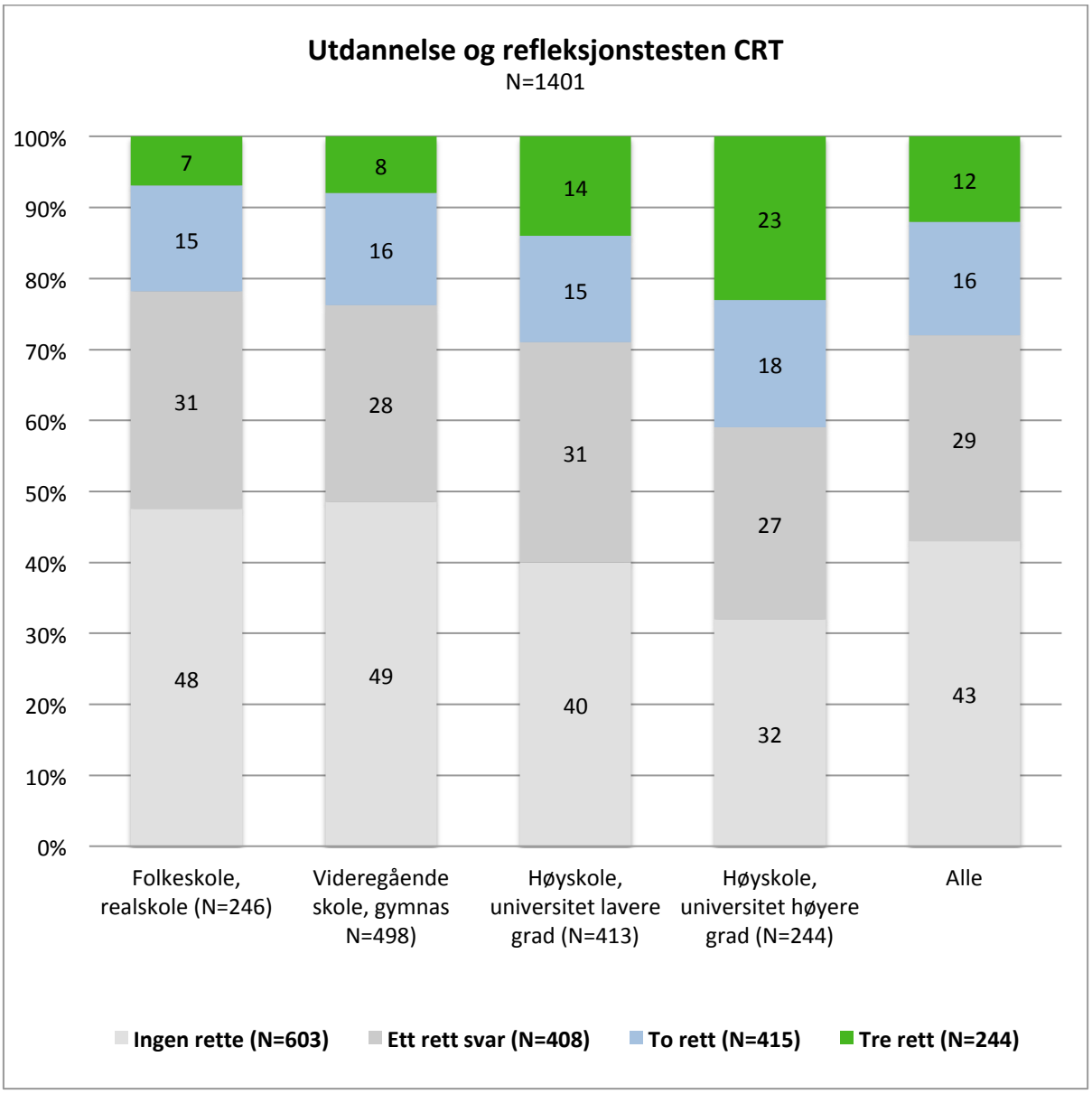
De med lengst utdannelse gjøre det best på CRT-testen. Samtidig bør det understrekes at også andre enn de som har lengre utdannelse svarer riktig på testen. Lengre utdannelse er ikke en forutsetning for å svare riktig på CRT-spørsmål, men det er flere i denne gruppen som har mange riktige sammenliknet med de andre gruppene.



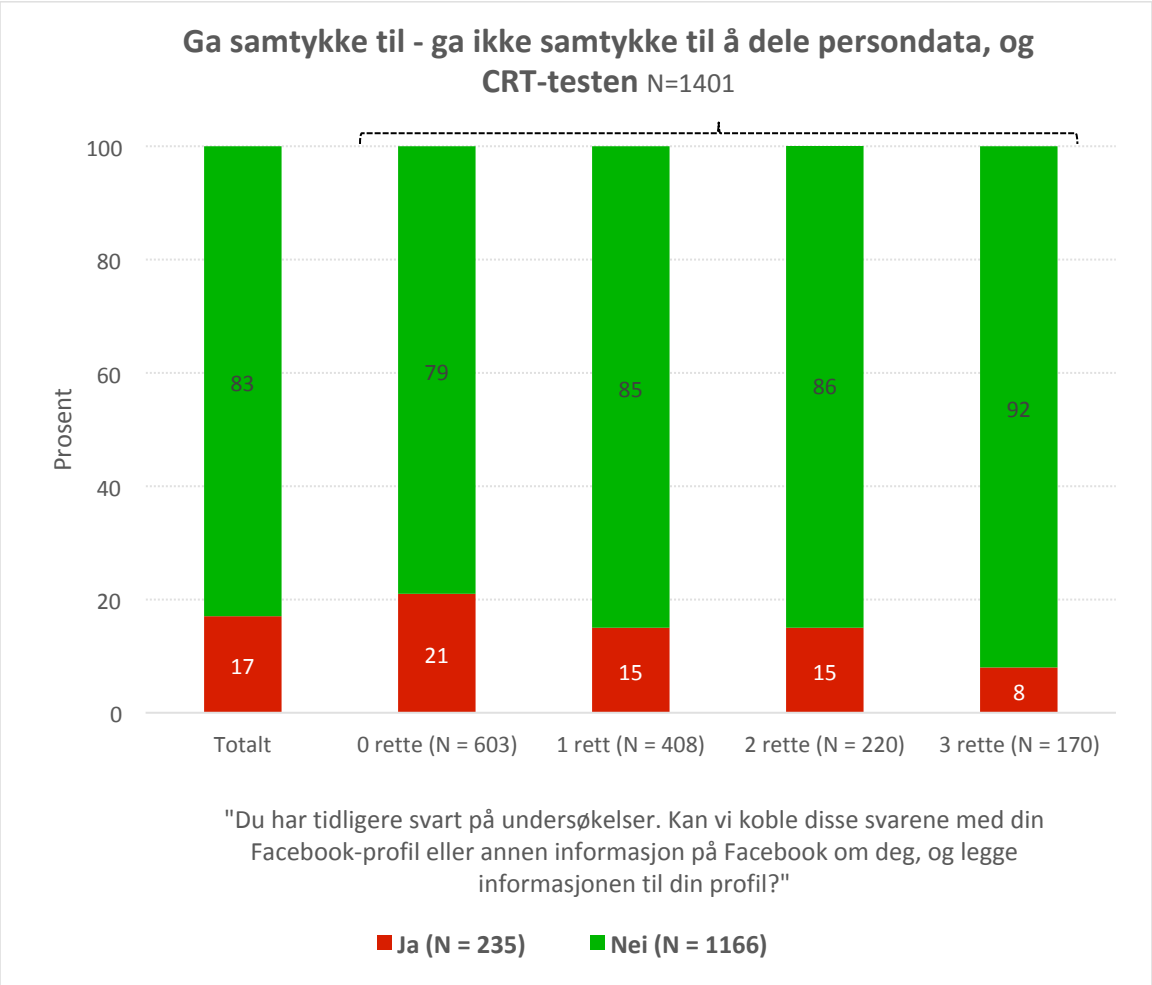
Figur 108: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Refleksjonstesten CRT og antall rette svar. Undersøkelse 1.



Figur 109: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Refleksjonstesten CRT. Aldersgruppen 18-69 år. Undersøkelse 1.



Figur 110: Utdannelse og antall rette svar på refleksjonstesten CRT. Undersøkelse 2.



Figur 111: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Refleksjonstesten CRT. Undersøkelse 2.

I følge den andre undersøkelsen, testen med tre spørsmål er de som ha tre riktige svar minst villige til å gi samtykke. I den første undersøkelsene er de med 4 eller flere riktige svar minst villige til å gi samtykke. I begge undersøkelse skiller de som hadde ingen riktige i den andre undersøkelse og ingen eller ett riktig svar (av 9) seg ut – de var mest villige til å gi samtykke.

Det å bruke en test er en annen metode sammenliknet med spørre deltakeren hva en mener om hvordan en tar beslutninger.

Det en del mennesker som ikke liker å bli testet. Dette er forståelig. I begge undersøkelsene var det noen som, i stedet for å svare på spørsmålene, skrev negative kommentarer om matte-spørsmålene, IQ-spørsmålene. Dessuten, noen valgte å avslutte uten å svare på CRT-spørsmålene. Dette var forventet, og CRT-spørsmålene ble derfor stilt til slutt i undersøkelsen.

Det er forskningsresultater som viser at CRT-testen gir en god indikasjon på om man primært er intuitiv eller reflekterende. Dette er den viktigste grunnen til at vi brukte refleksjonstesten i disse to undersøkelsene. Mange ganger, og spesielt hvis situasjonen er ny eller en ikke har mye

kunnskap eller erfaring, ja da er det nødvendig å stanse opp tenke seg om før en tar en beslutning.

I prosjektet ALerT undersøker vi hva folk mener om å bruke av data til å lage digitale profiler, til innsamling og deling av data, og i hvilken grad en gjør noe for å hindre eller begrense deling av data. Det kan være mange grunner til at en sier ja til å dele data, men det kan også gjøre en sårbar.

Hva kan vi bruke refleksjonstesten til? Hvis vi tar som utgangspunkt at en bør være restriktiv med å gi samtykke til å dele persondata enten fordi en vil beskytte personvernet eller fordi en vil redusere sin sårbarhet, da kan refleksjonstesten fortelle oss noe. De som er i gruppen ingen rette, eller meget få rette svar, kan gis tilbakemeldingen; du er nok blant dem som er noe mer sårbar enn gjennomsnittet.

Cambridge Analytica-skandalen.

Denne skandalen[12] dreier seg om hvordan firmaet Cambridge Analytica (CA) fikk tilgang til brukerdata fra Facebook (FB), og hvordan i tillegg samlet inn data og analyserte disse dataene til målrettet påvirkning av enkeltpersoner. Hensikten var å påvirke velgere i USA gjennom reklame og budskap som var tilpasset hver enkelt mottaker.

I samarbeid med Facebook samlet Cambrigde Analytica inn data gjennom en Quiz, en test-deg-selv appen som hadde navnet *this is your personal life*. Deltakerne som brukte denne appen ga samtykke til at dataene ble benyttet i en akademisk sammenheng, men de var ikke informert om hvordan dataene faktisk skulle brukes av Cambridge Analytica, og hva det egentlige formålet var. Det brukeren blant annet ikke fikk vite var at informasjon om alle Facebook-vennene til den som brukte denne appen også ble samlet inn. Til å begynne med var ikke omfanget av skandalene kjent, men i april 2018 innrømmet Facebook at ca. 87 millioner facebook-brukere var berørt. Cambrigde Analytica benyttet avanserte analyseverktøy for å lage psykologiske profiler på individnivå. Resultatene av disse analysene, profilene ble deretter ble brukt til å lage målrettet, persontilpasset reklame. Hensikten var å påvirke valget, å få flere til å stemme republikansk.

Nordmenn var ikke i målgruppen, og vi har ingen indikasjoner på at nordmenn var berørt av skandalen. I USA har hendelsen har fått etterspill. Facebook har måtte redegjøre for saken blant annet i en offentlig høring. Firmaet Cambridge

Analytica ble lagt ned 8. mai 2018.

---

[12] https://no.wikipedia.org/wiki/Cambridge_Analytica

Vi har brukt Cambridge Analytica-skandalen til å undersøke om informasjon om en skandale påvirker hva en svarer på spørsmål om deling og bruk av persondata? Det er nærliggende å tenke at en vi ville få en høyere prosentandel som ikke ga samtykke til å dele persondata blant de som fikk en negativ fremstillingen av hendelsen sammenliknet med kontrollgruppen.

Vi spurte først om deltakerne kjente til skandalen, og om dette hadde hatt betydning for deres bruk av Facebook. Dette spørsmålet dreiet seg med andre om noe som skjedde i 2017 og i 2018. Det er ikke alltid lett å huske hva en gjorde et år eller mer tilbake tid. Det å spørre på denne måten har derfor sine svakheter. Det er meget få som svarte at de har sluttet å bruke Facebook pga. av denne hendelsen, men det en del som svarte at de bruker Facebook mindre enn tidligere eller har endret innstillingene som følge av skandalen.

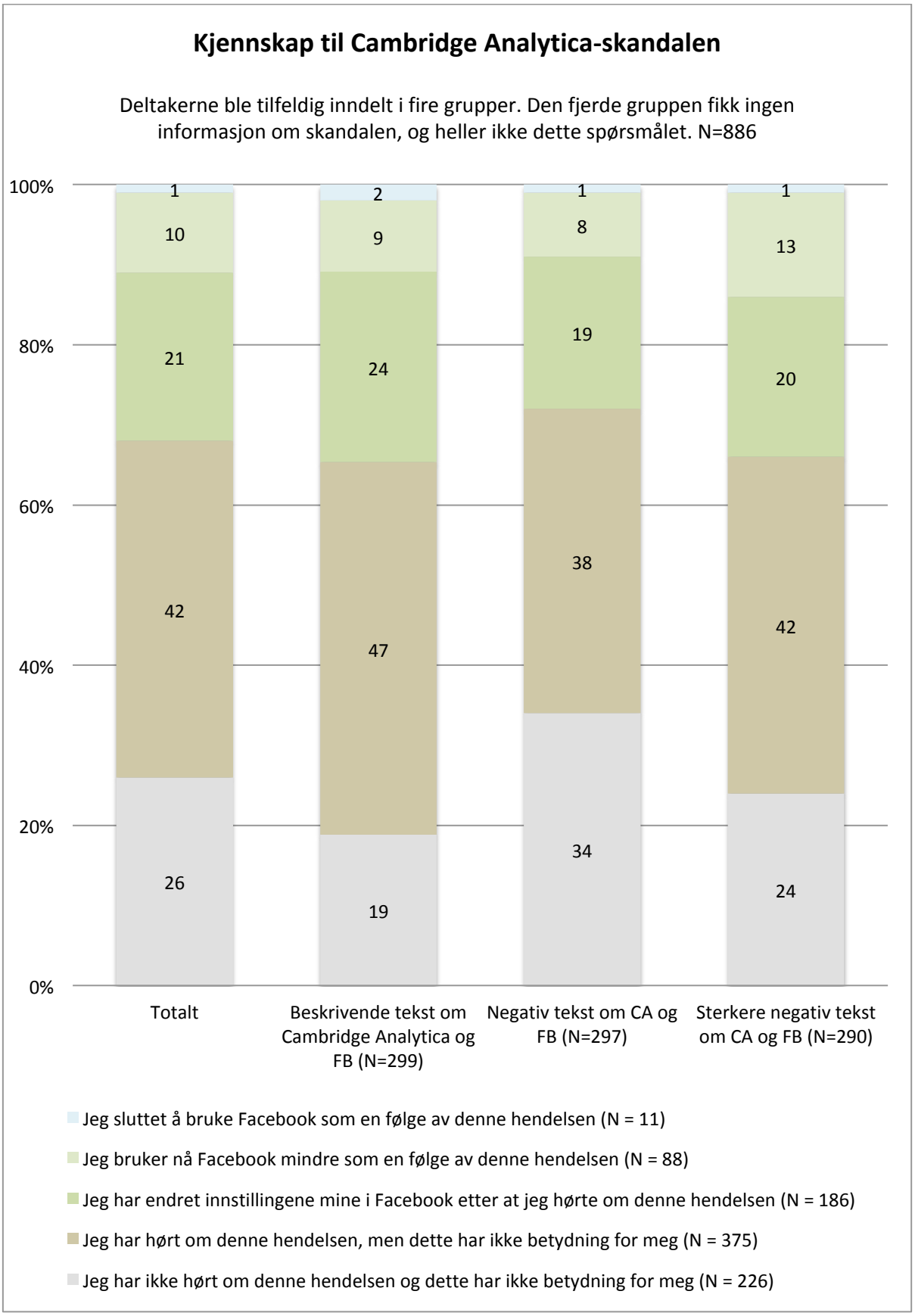
De viktige spørsmålene er de spørsmålene som vi stilte etter informasjonen om skandalen, og ikke om man husker hva en gjorde ett eller to år tilbake i tid.

Tekstene som ble brukt i den første undersøkelsen:

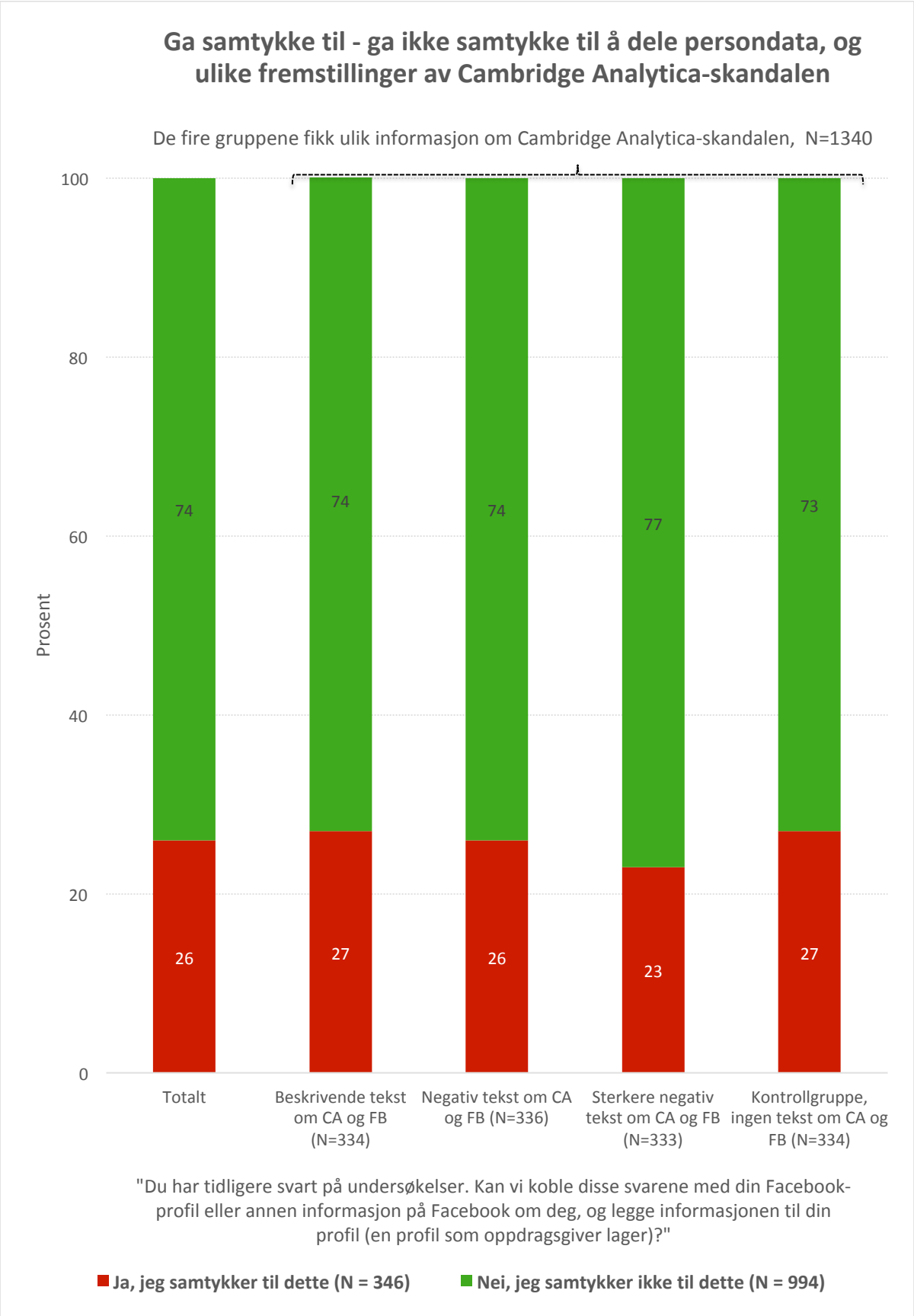
Kontrollgruppe – ingen informasjon om Cambridge Analytica.
Gruppe 1, beskrivende tekst: Firmaet Cambridge Analytica samlet inn og brukte data fra Facebook (FB) og en FB-test-deg-selv-app til å lage profiler om enkeltpersoner. Dette skjedde uten samtykke. Informasjonen ble brukt til å lage politisk reklame rettet mot enkeltpersoner. Hensikten var å påvirke valget i USA i 2016.
Gruppe 2, negativ tekst: Firmaet Cambridge Analytica samlet inn og brukte data fra Facebook (FB) og en FB-test-deg-selv-app til å lage profiler om enkeltpersoner. Dette skjedde uten samtykke. Informasjon ble brukt til å lage politisk reklame rettet mot enkeltpersoner for å manipulere dem til å stemme på det partiet som betalte for reklame.
Gruppe 3, sterkere negativ tekst: Firmaet Cambridge Analytica samlet inn og brukte data fra Facebook (FB) og en FB-test-deg-selv-app til å lage profiler om enkeltpersoner. Dette skjedde uten samtykke. Informasjon ble brukt til å lage politisk reklame rettet mot enkeltpersoner for å manipulere dem til å stemme på det partiet som betalte for reklamen. Både Facebook og Cambridge Analytica visste at det var ulovlig å gjøre dette.

Tekstene som ble brukt i den andre undersøkelsen:

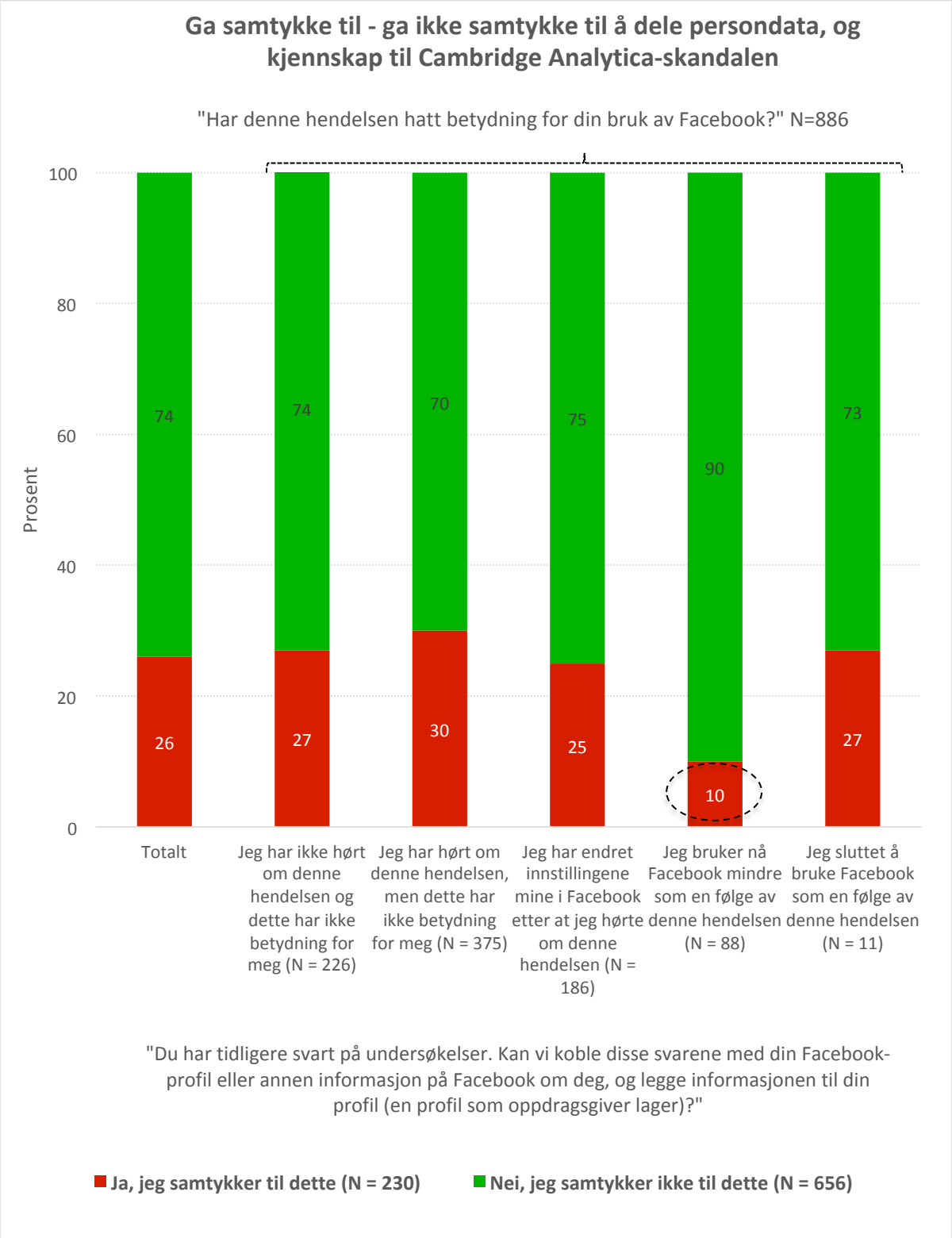
Undersøkelse 2, kontrollgruppe: **Den siste tiden har det vært en del nyhetsoppslag om firmaet Cambridge Analytica og Facebook.** **Har denne hendelsen hatt betydning for din bruk av Facebook?** Jeg har ikke hørt om denne hendelsen og dette har ikke betydning for meg Jeg har hørt om denne hendelsen, men dette har ikke betydning for meg Jeg har endret innstillingene mine i Facebook etter at jeg hørte om denne hendelsen. Jeg bruker nå Facebook mindre som en følge av denne hendelsen Jeg sluttet å bruke Facebook som en følge av denne hendelsen	
Undersøkelse 2, samme tekst som den tredje gruppen fikk i den første undersøkelsen om CA-skandalen: **Firmaet Cambridge Analytica samlet inn og brukte data fra Facebook (FB) og en FB-test-deg-selv-app til å lage profiler om enkeltpersoner. Dette skjedde uten samtykke. Informasjon ble brukt til å lage politisk reklame rettet mot enkeltpersoner for å manipulere dem til å stemme på det partiet som betalte for reklamen. Både Facebook og Cambridge Analytica visste at det var ulovlig å gjøre dette.** **Har denne hendelsen hatt betydning for din bruk av Facebook?** Jeg har ikke hørt om denne hendelsen og dette har ikke betydning for meg Jeg har hørt om denne hendelsen, men dette har ikke betydning for meg Jeg har endret innstillingene mine i Facebook etter at jeg hørte om denne hendelsen. Jeg bruker nå Facebook mindre som en følge av denne hendelsen Jeg sluttet å bruke Facebook som en følge av denne hendelsen	Undersøkelse 2, CA-skandalen og en ny Facebook-skandale: **Firmaet Cambridge Analytica samlet inn og brukte data fra Facebook (FB) og en FB-test-deg-selv-app til å lage profiler om enkeltpersoner. Dette skjedde uten samtykke. Informasjon ble brukt til å lage politisk reklame rettet mot enkeltpersoner for å manipulere dem til å stemme på det partiet som betalte for reklamen. Både Facebook og Cambridge Analytica visste at det var ulovlig å gjøre dette. Facebook har betalt $20 dollar i måneden til personer helt ned til 13 år for å få tilgang til alt de gjør på sin smarttelefon, inklusive privat kommunikasjon med andre. De som var en del av den private kommunikasjon fikk ikke informasjon om at alt ble videresendte til FB.** **Har denne hendelsen hatt betydning for din bruk av Facebook?** Jeg har ikke hørt om denne hendelsen og dette har ikke betydning for meg Jeg har hørt om denne hendelsen, men dette har ikke betydning for meg Jeg har endret innstillingene mine i Facebook etter at jeg hørte om denne hendelsen. Jeg bruker nå Facebook mindre som en følge av denne hendelsen Jeg sluttet å bruke Facebook som en følge av denne hendelsen



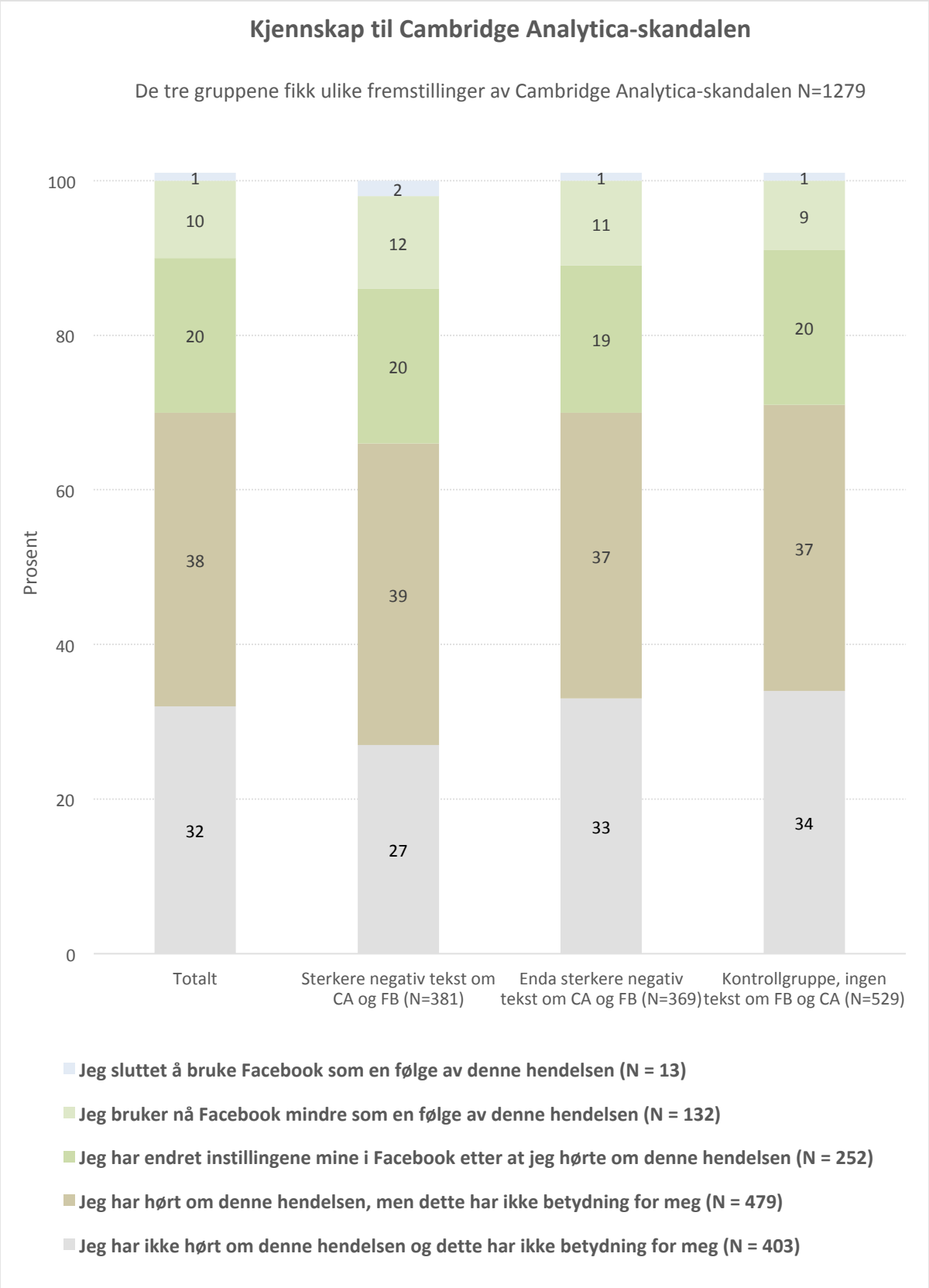
Figur 112: Kjennskap til Cambridge Analytica-skandalen og om dette har hatt betydning for bruken av Facebook. Ulike fremstillinger av skandalen. Undersøkelse 1.



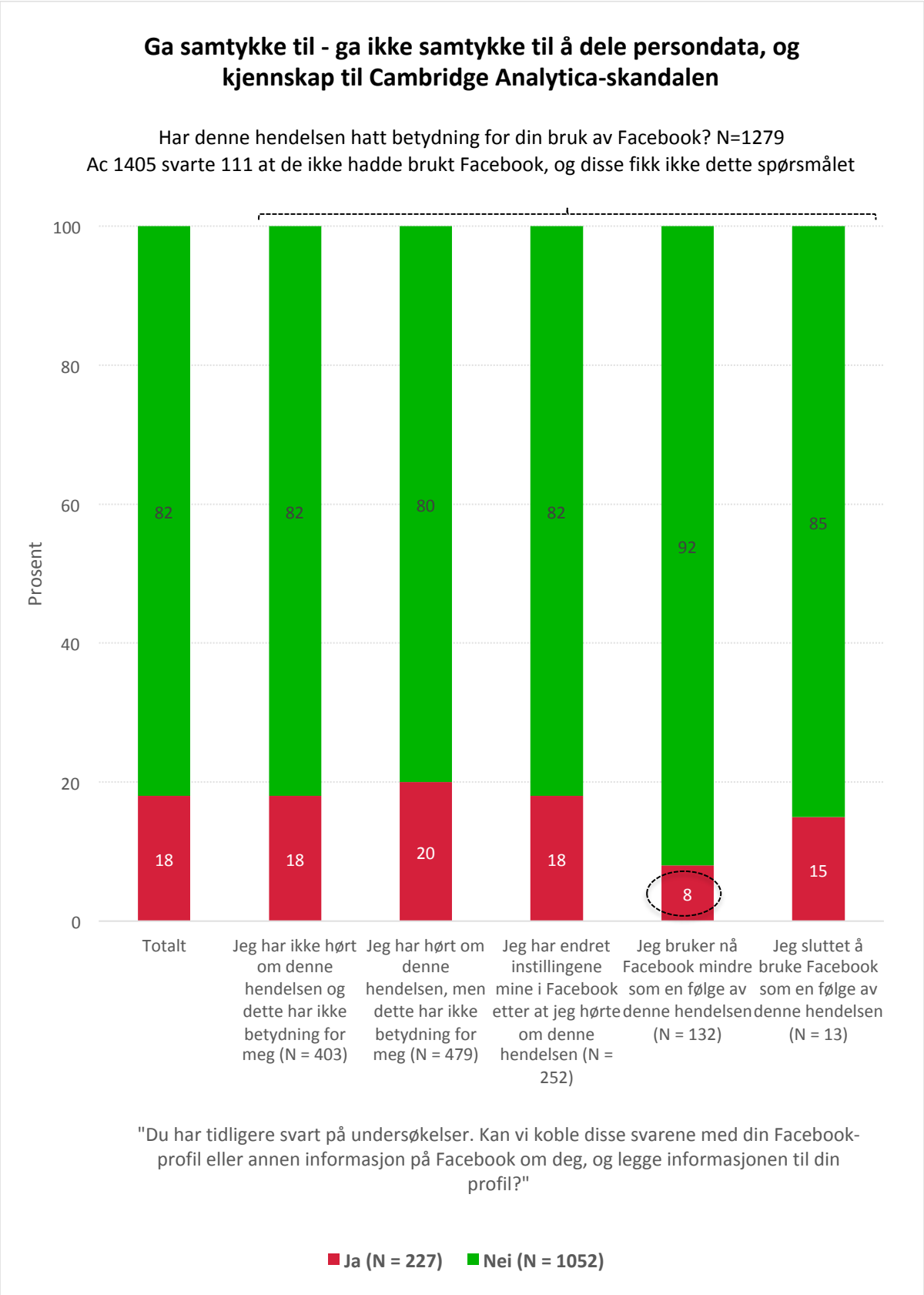
Figur 113: Ga samtykke til - ga ikke samtykke til å dele persondata. Ulike fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 1.



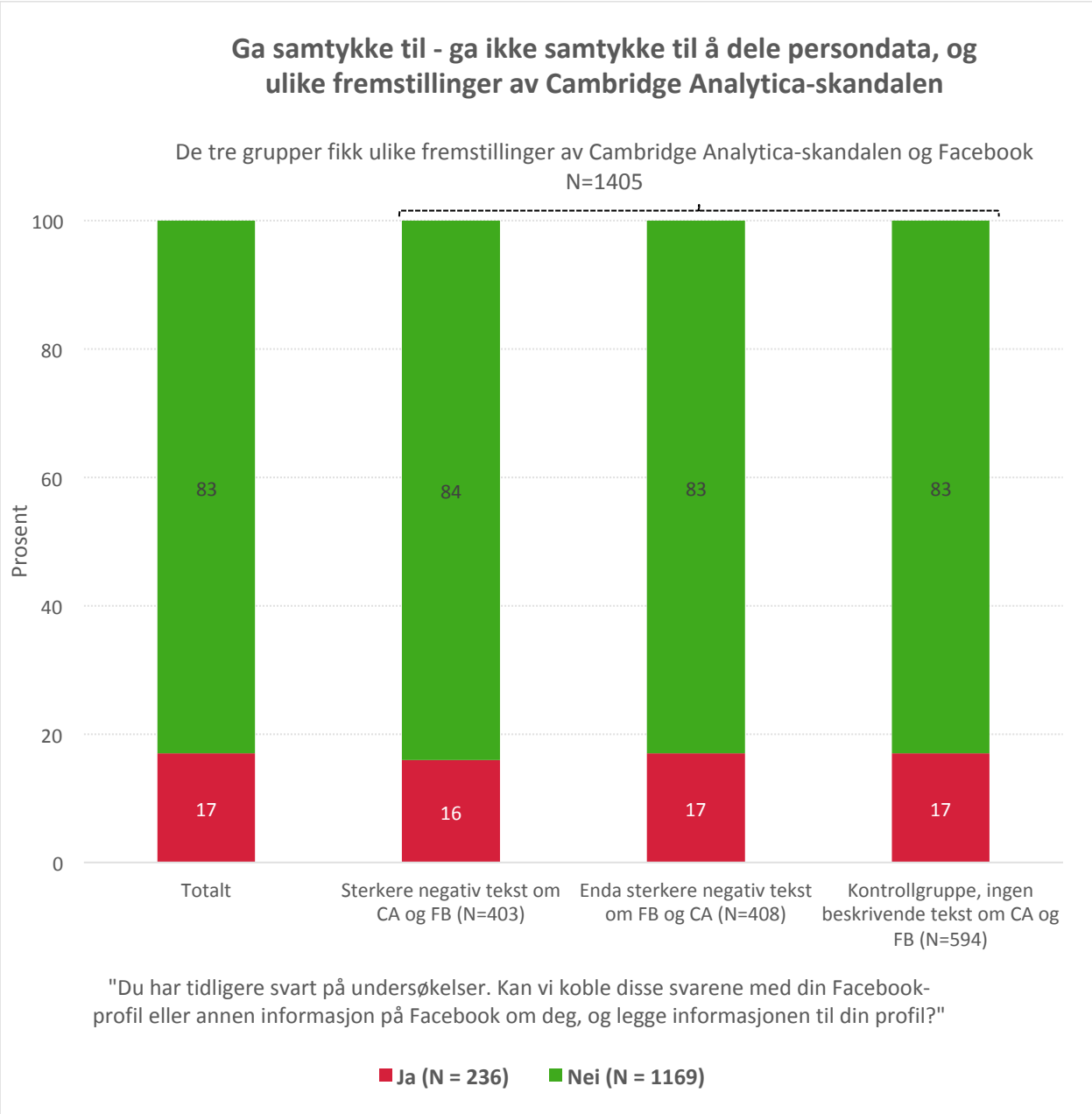
Figur 114: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Ulike fremstillinger av Cambridge Analytica-skandalen. Spørsmålet ble ikke stilt til kontrollgruppen og derfor er N=886 og ikke 1340. Undersøkelse 1.



Figur 115: Kjennskap til CA-skandalen og bruk av Facebook. I undersøkelse 2 fikk alle gruppene spørsmålet om de kjente til skandalen, også kontrollgruppen. Undersøkelse 2.



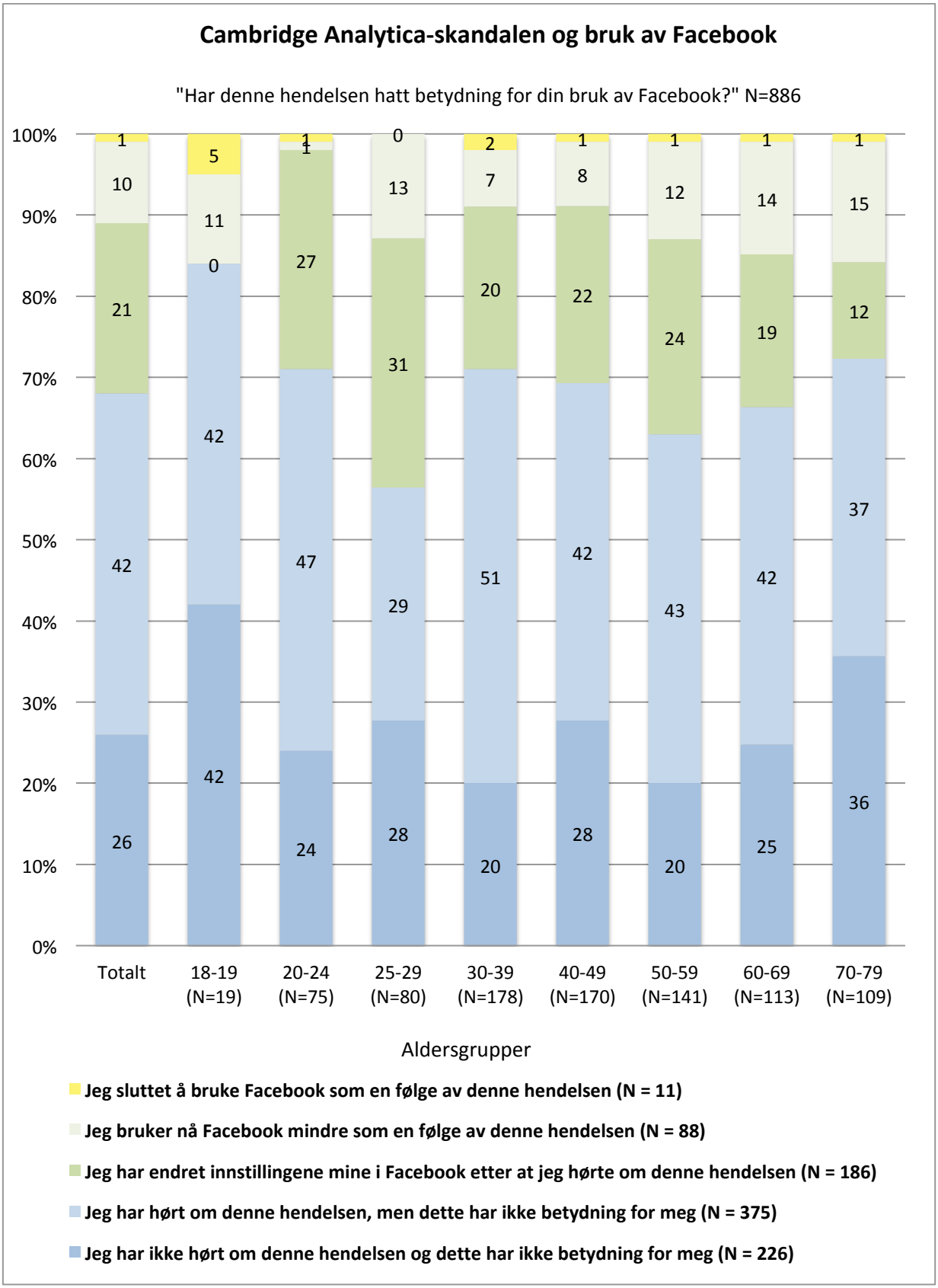
Figur 116: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Kjennskap til Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 2.



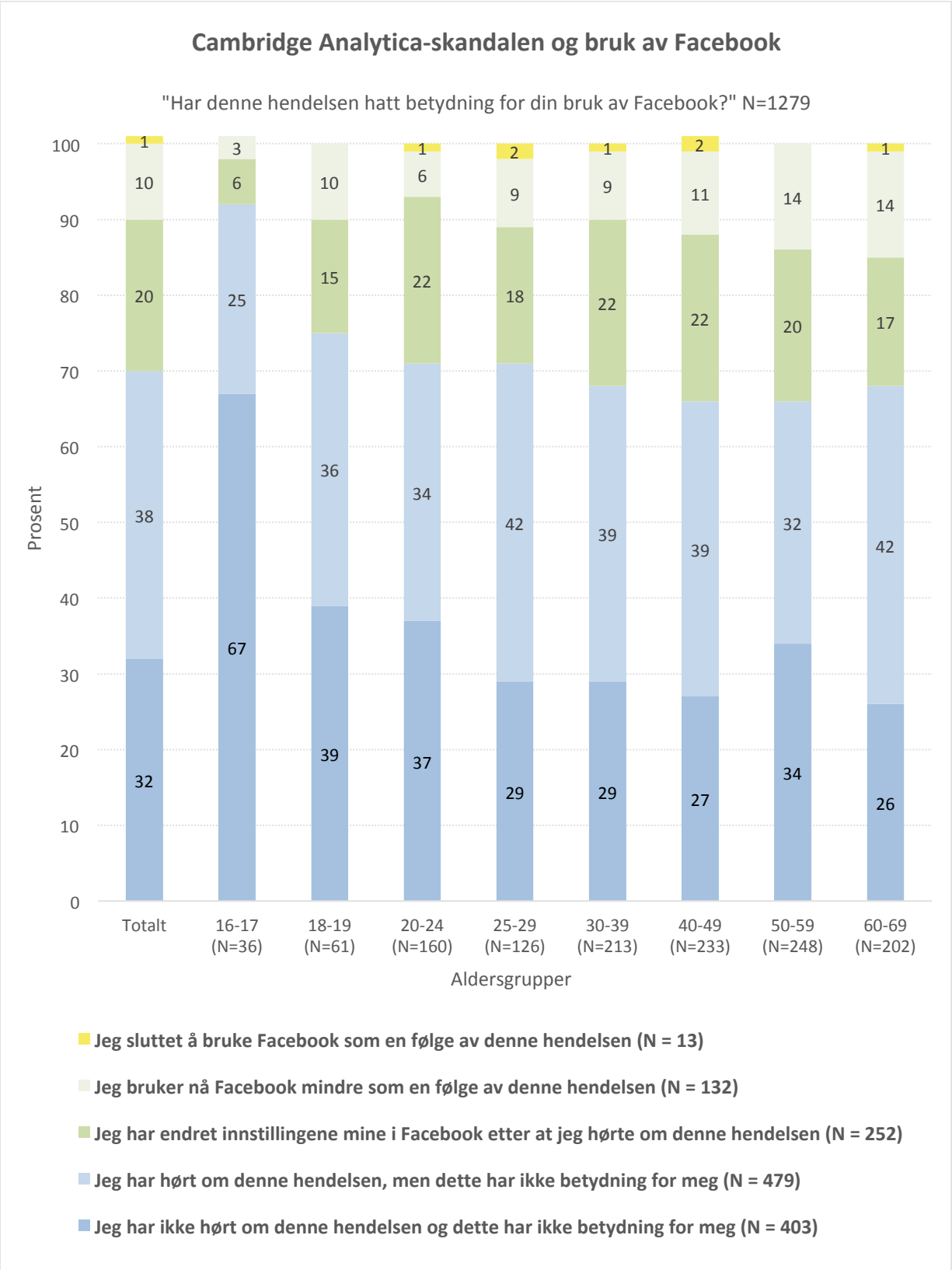
Figur 117: Ga samtykke – ikke samtykke til å dele persondata, og ulik fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 2

Det å gi informasjon om skandalen, om ulovlige innsamling og bruk av persondata **påvirket ikke, eller i liten grad** hvordan deltakerne svarte. Det er særlig interessant å se på spørsmålet om samtykke. Hvorfor var det ikke flere av de som fikk den en negative informasjonen som ikke ga samtykke? Noe av forklaring er nok at hendelsen skjedde i USA og ikke i Norge.

Ser vi nærmere på spørsmålet hvem ga samtykke til å dele persondata ser vi at det er en gruppe som skiller seg ut (figurene 114 og 116). Det er de som svarte ”jeg bruker nå Facebook mindre som følge av denne hendelsen som skiller seg ut fra de andre gruppene på samtykke-spørsmålet. I undersøkelse 1 ga 10% av disse samtykke, dvs. langt færre enn gjennomsnittet. I undersøkelse 2 ga 8% av disse samtykke.



Figur 118: Cambridge Analytica-skandalen. Aldersgrupper. Kontrollgruppen fikk ikke dette spørsmålet. Undersøkelse 1.

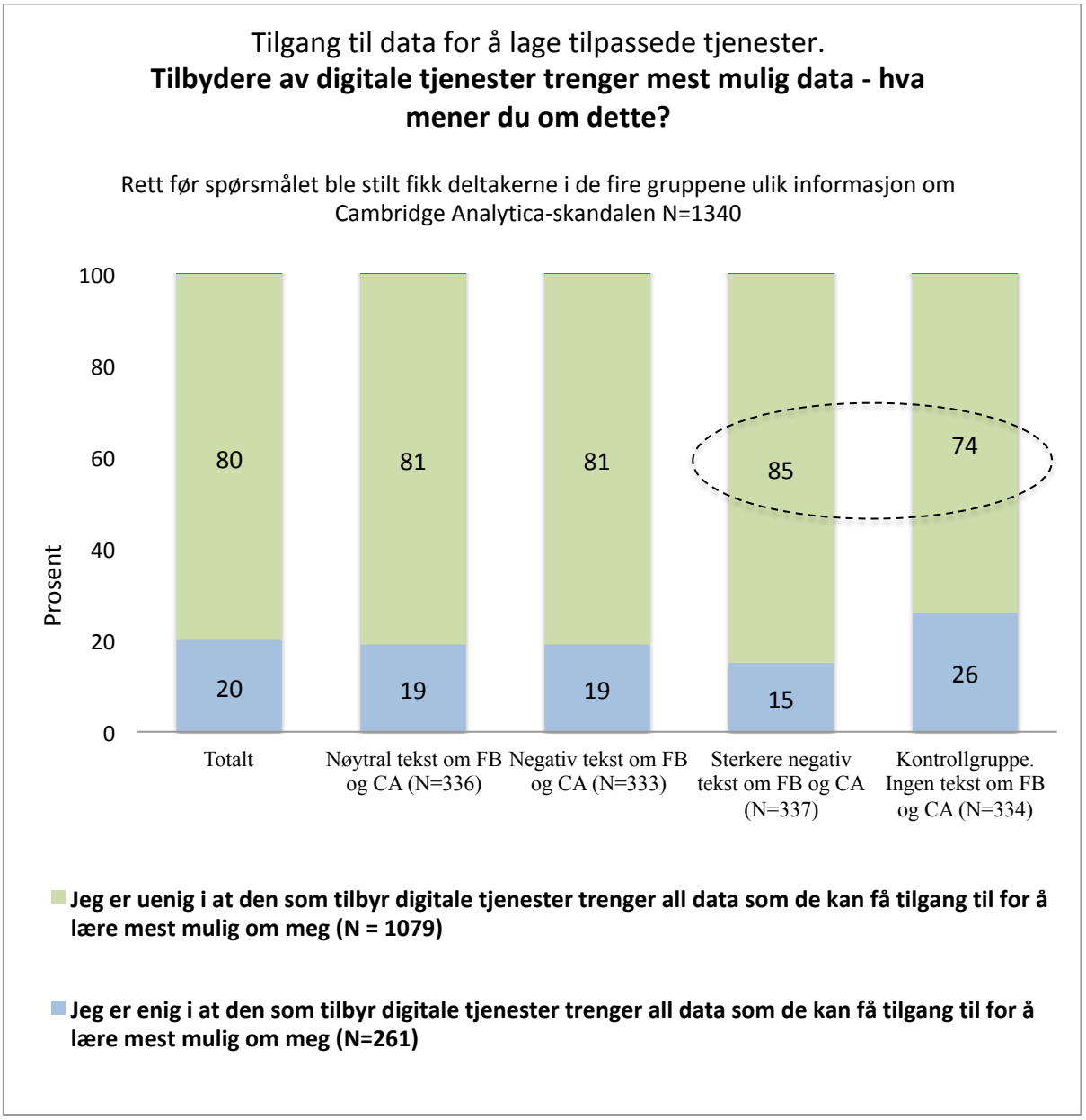


Figur 119: Cambridge Analytica-skandalen. Aldersgrupper. Undersøkelse 2.

I begge undersøkelsene er det ca. 10% som svarte at de bruker Facebook mindre som følge av denne hendelsen.

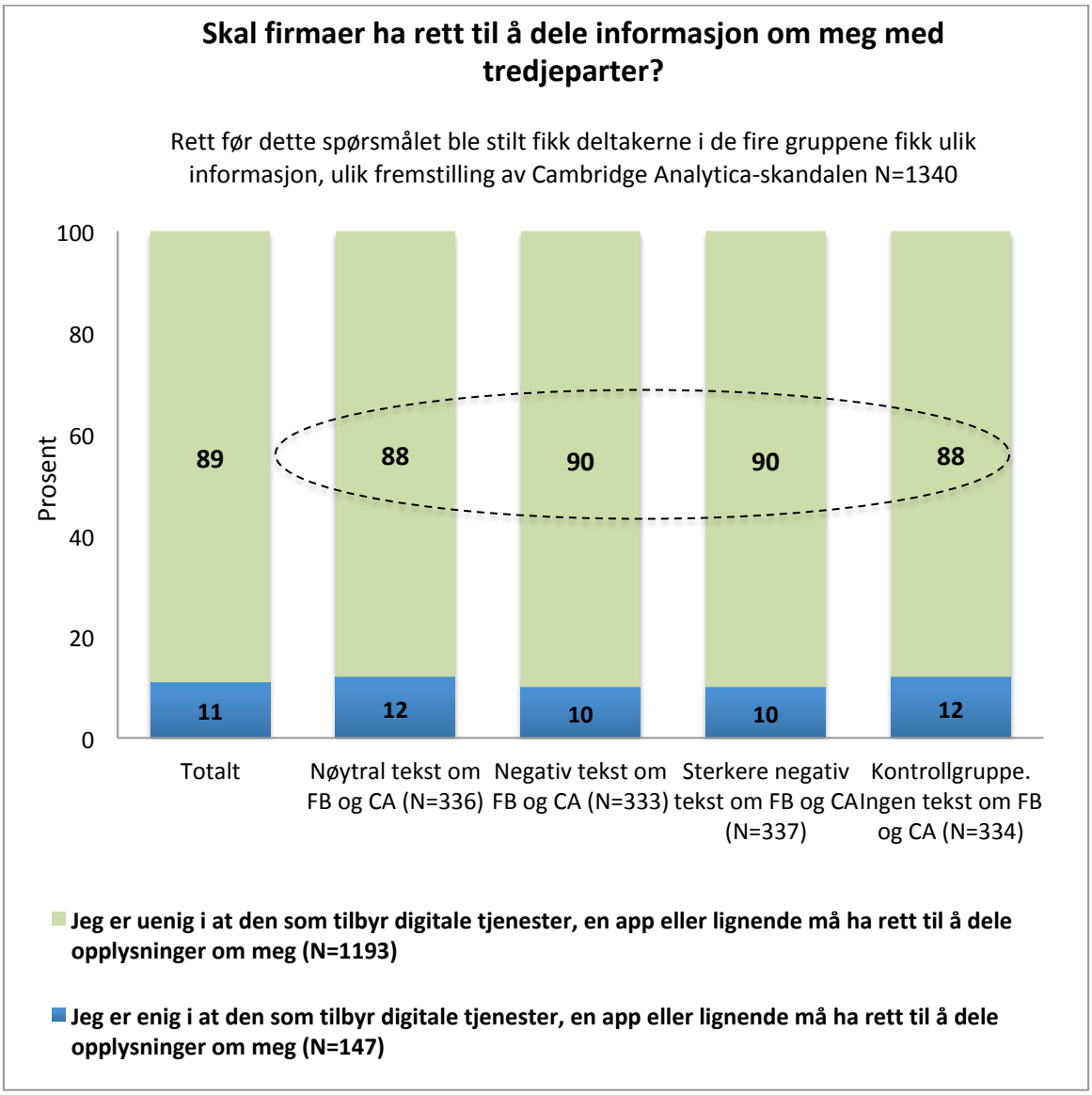
Påvirket informasjonen om Cambridge Analytica-skandalen deltakerne?

De to neste spørsmålene handlet om digitale profiler, og synspunkter på persondata som brukes til å lage digitale profiler. Har det å fortelle om Cambridge Analytica-skandalen en effekt på hva deltakerne svarer?



Figur 120: Tilbydere trenger mest mulig data for å lære om meg. Spørsmålet ble stilt rett etter informasjonen om skandalen ble gitt. Undersøkelse 1.

Figure 120 viser at det er en forskjell mellom gruppen som fikk den mest negative teksten og kontrollgruppen. Prosentandel som var uenig i utsagnet økte fra 74% til 85%.



Figur 121: Tilbydere skal ha rett til å dele informasjon med tredjeparter. Spørsmålet ble stilt rett etter informasjon om skandalen ble gitt. Undersøkelse 1.

Figur 121 viser ingen forskjeller mellom gruppene.

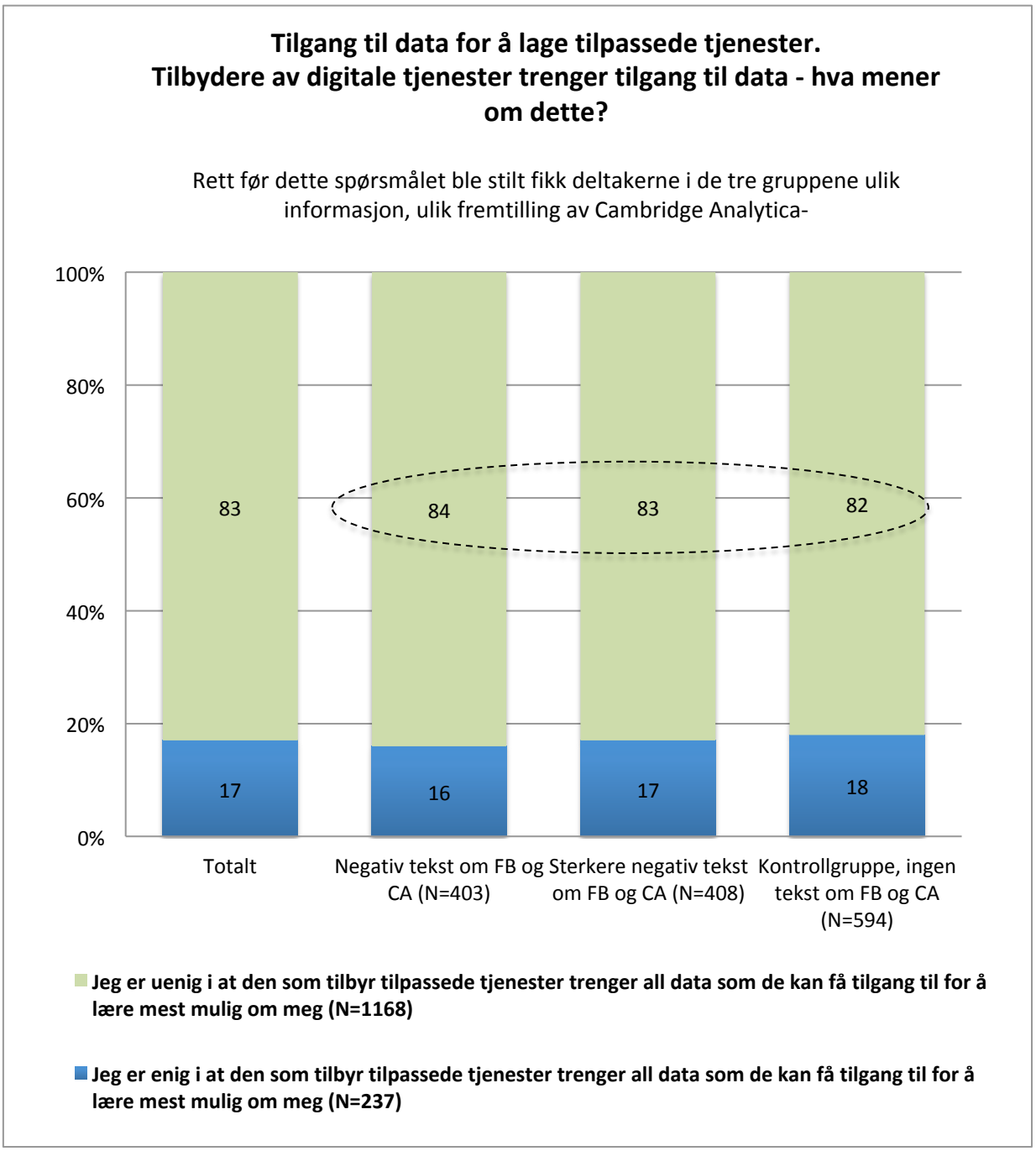
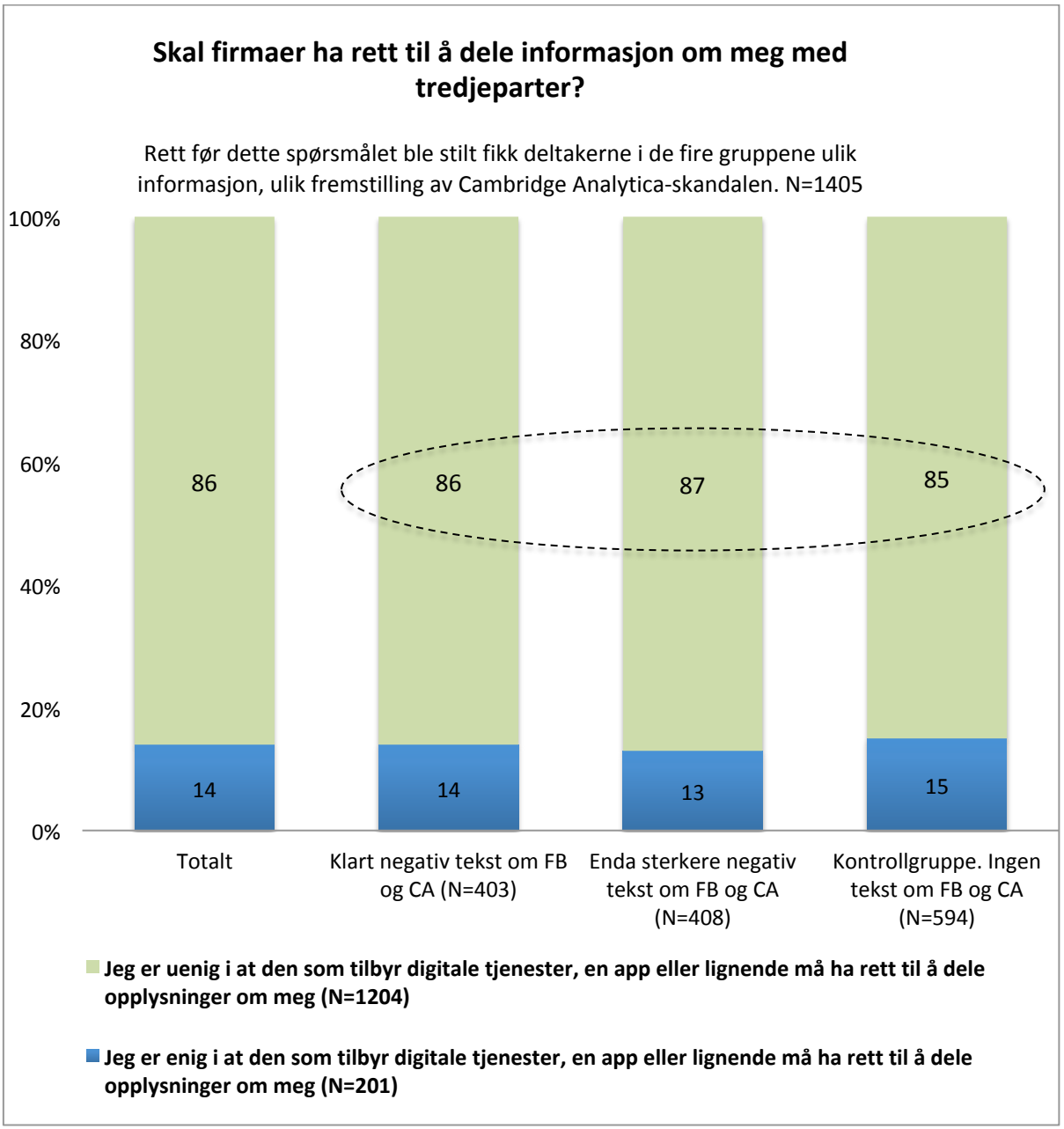


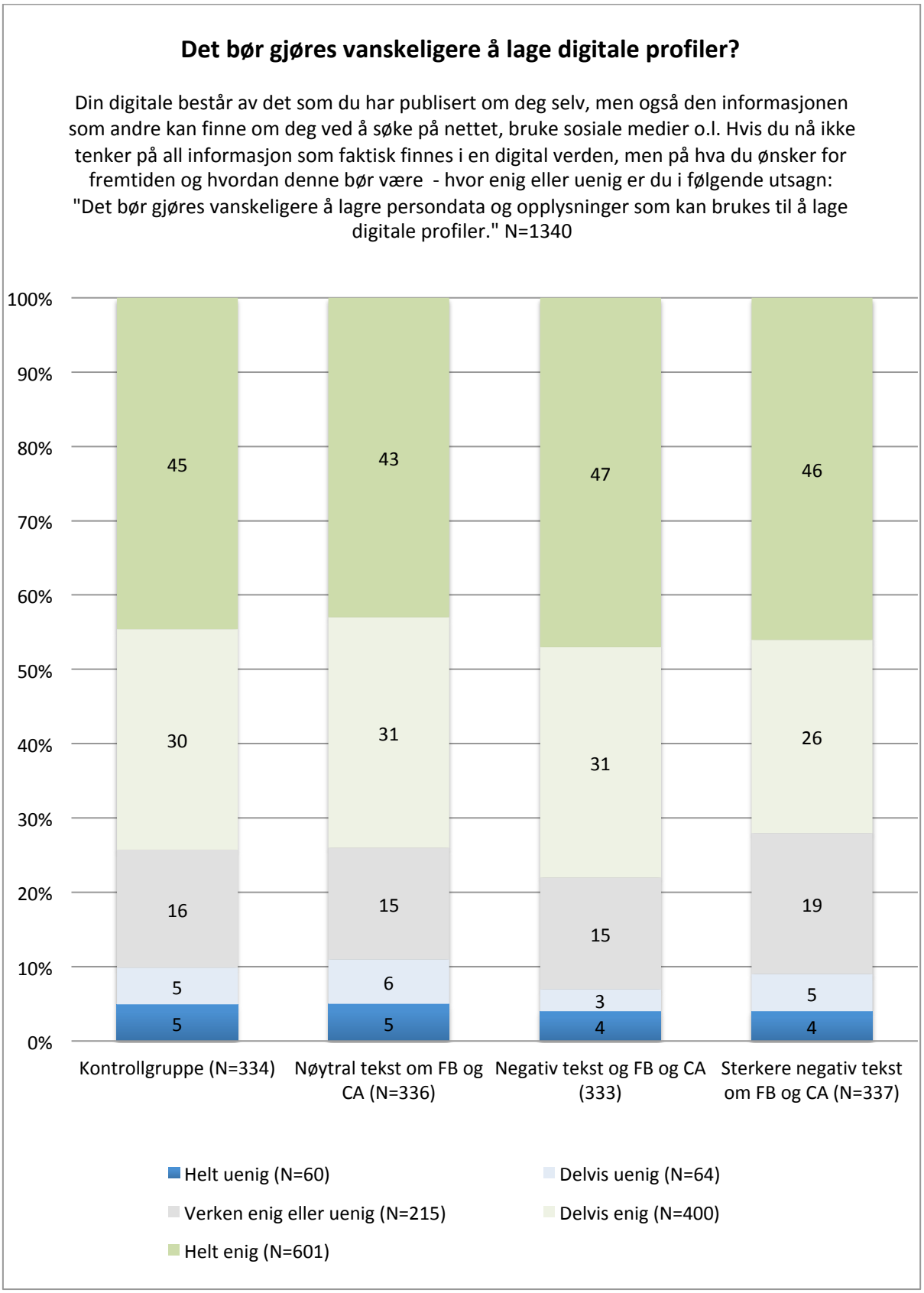
Figure 122: Tilbydere skal ha rett til å dele informasjon med tredjeparter. Spørsmålet ble stilt rett etter informasjon om skandalen ble gitt. Undersøkelse 2.

Figuren 122 viser ingen forskjell mellom gruppene.

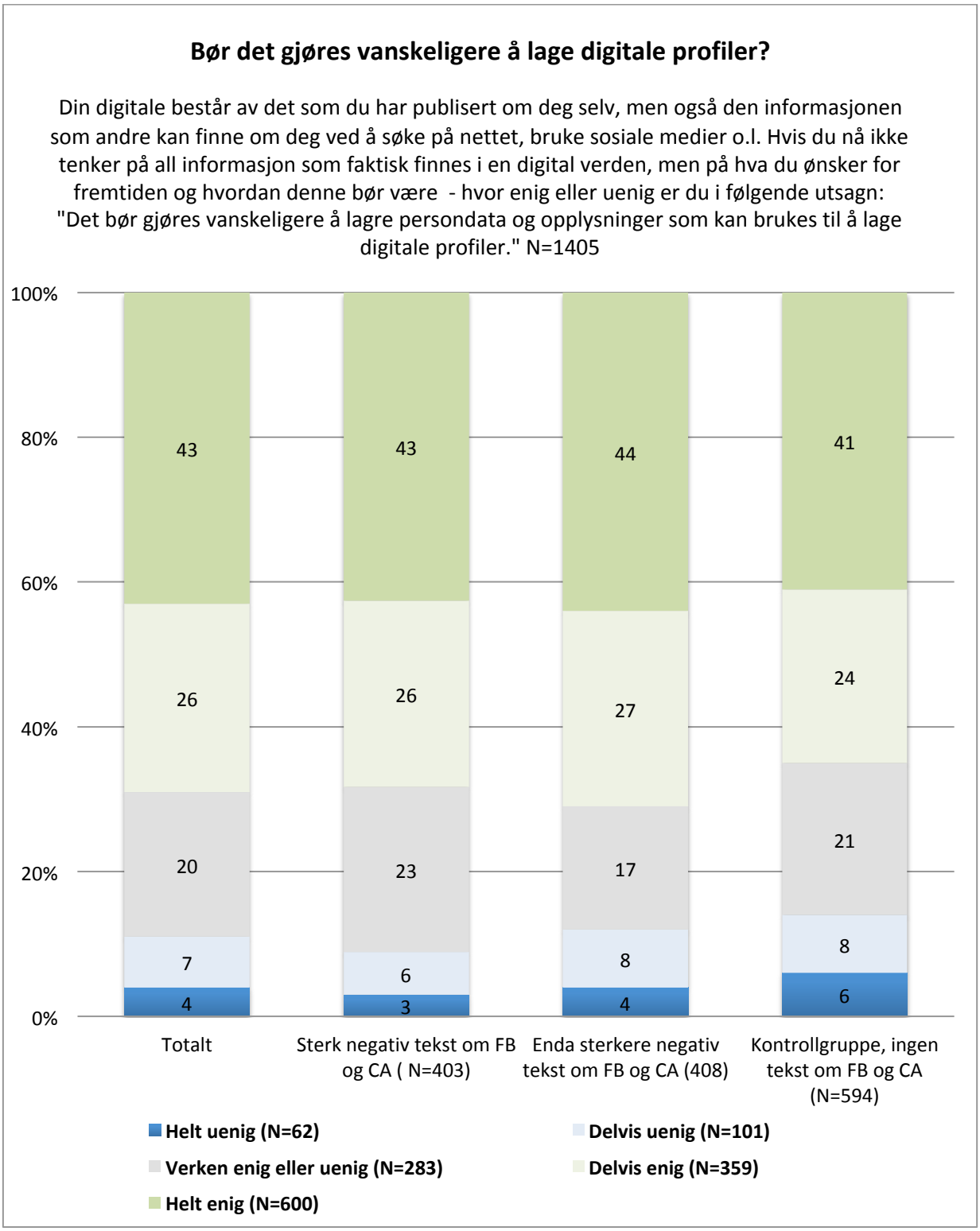


Figur 123: Tilbydere skal ha rett til å dele informasjon med tredjeparter. Spørsmålet ble stilt rett etter informasjon om skandalen ble gitt. Undersøkelse 2

Figur 123 viser ingen forskjell mellom gruppene.



Figur 124: Bør det gjøres vanskeligere å lage digitale profiler. Gruppene fikk ulik informasjon, ulik fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 1.



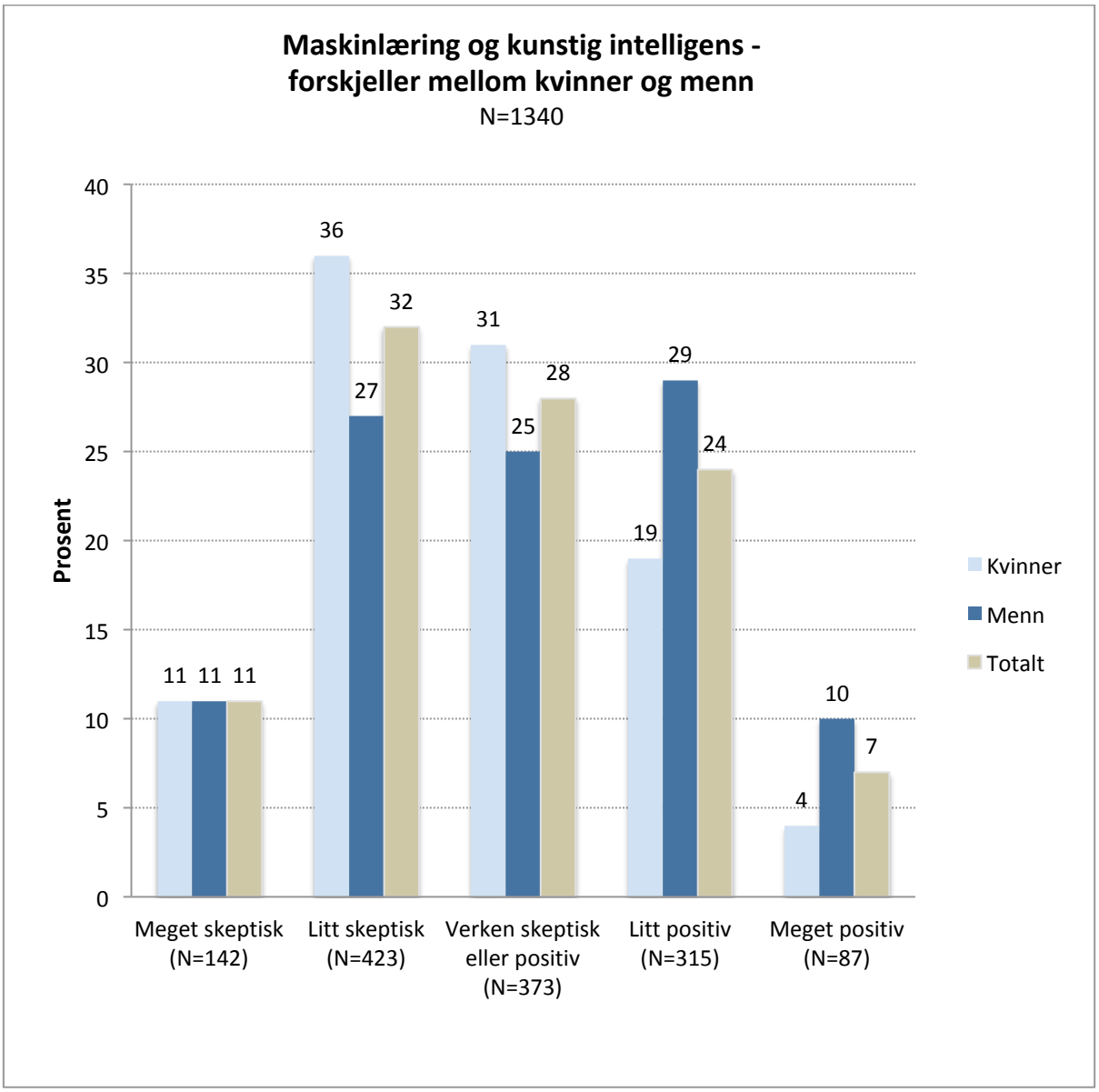
Figur 125: Bør det gjøres vanskeligere å lage digitale profiler. Gruppene fikk ulik informasjon, ulik fremstilling av Cambridge Analytica-skandalen. Undersøkelse 2.

Figurene 124 og 125 viser ingen forskjell mellom gruppene.

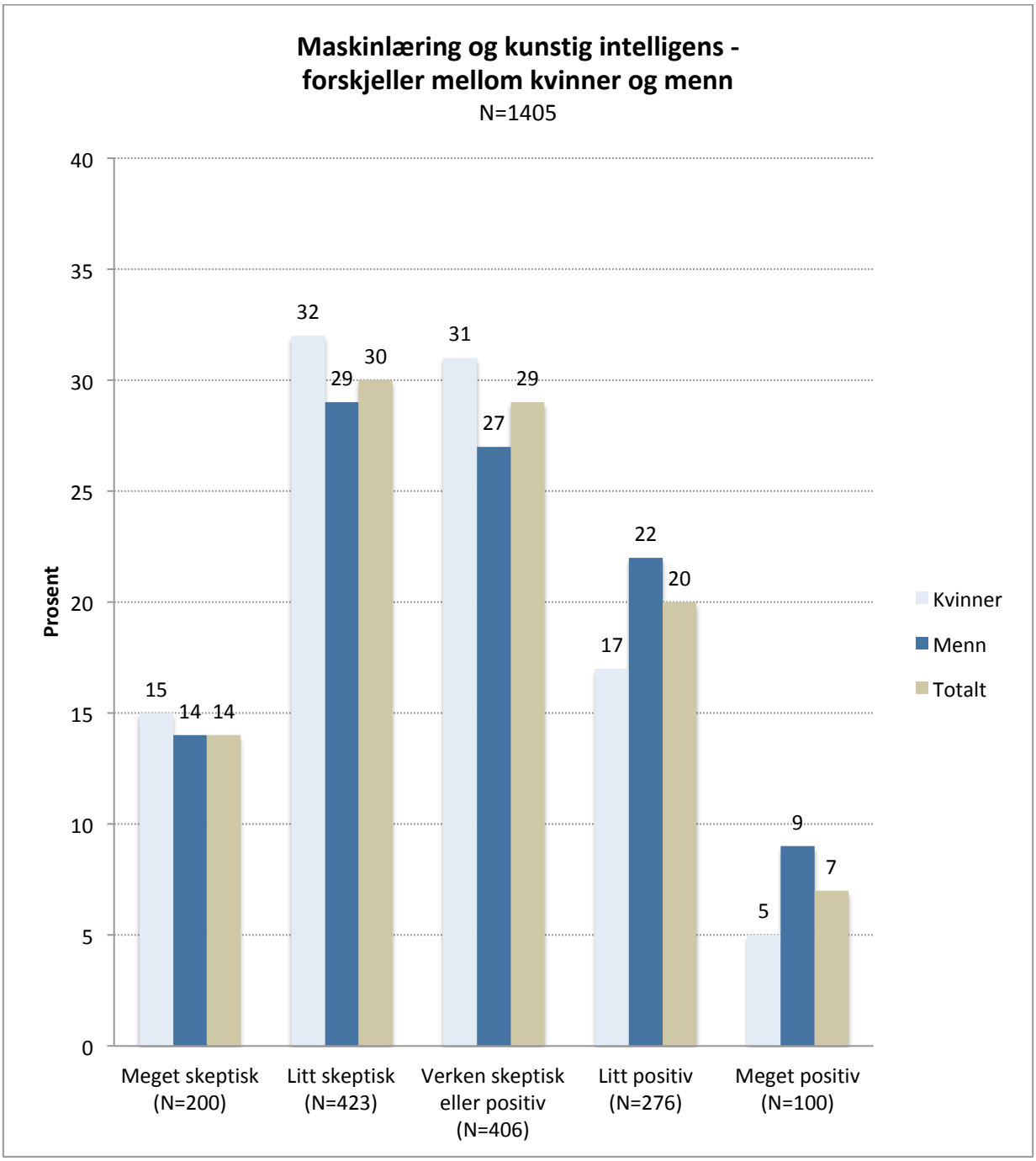
Vi har vist hva deltakerne svarte rett etter at de fikk informasjon om Cambridge Analytica-skandalen. Teksten, den negative fremstillingen synes ikke å påvirke hva deltakerne svarte. Det er ett unntak i den første undersøkelsen, se figur 120.

Maskinlæring og kunstig intelligens

Vi spurte om maskinlæring og kunstig intelligens. Vi brukte spørsmålsformuleringen; I aviser og andre media er det en del nyhetssaker om maskinlæring og kunstig intelligens. Hva synes du om denne teknologien? Svaralternativene var: meget skeptisk – litt skeptisk – verken skeptisk eller positiv – litt positiv – meget positiv.



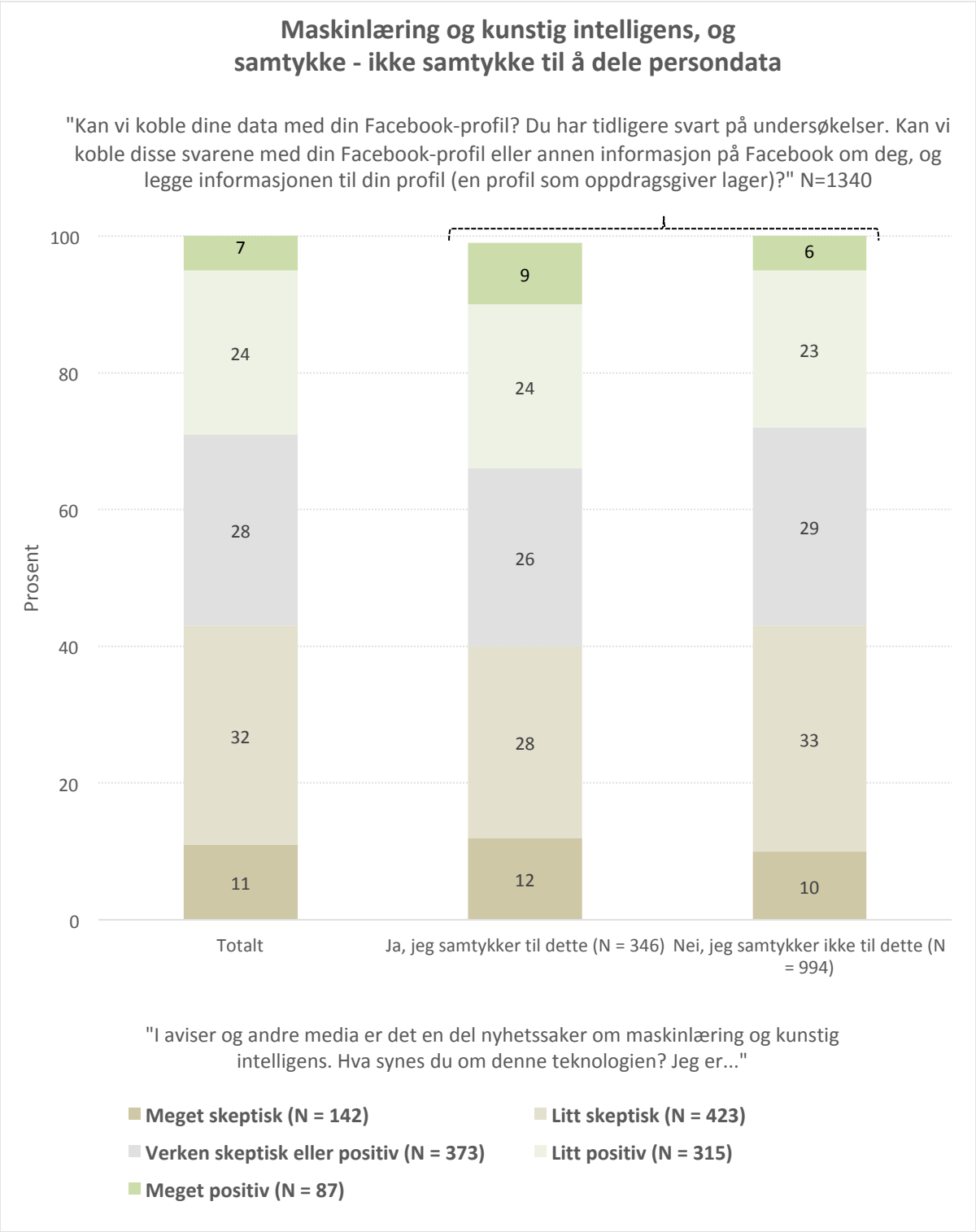
Figur 126: Makinlæring og kunstig intelligens. Hva synes du denne nye teknologien? Undersøkelse 1.



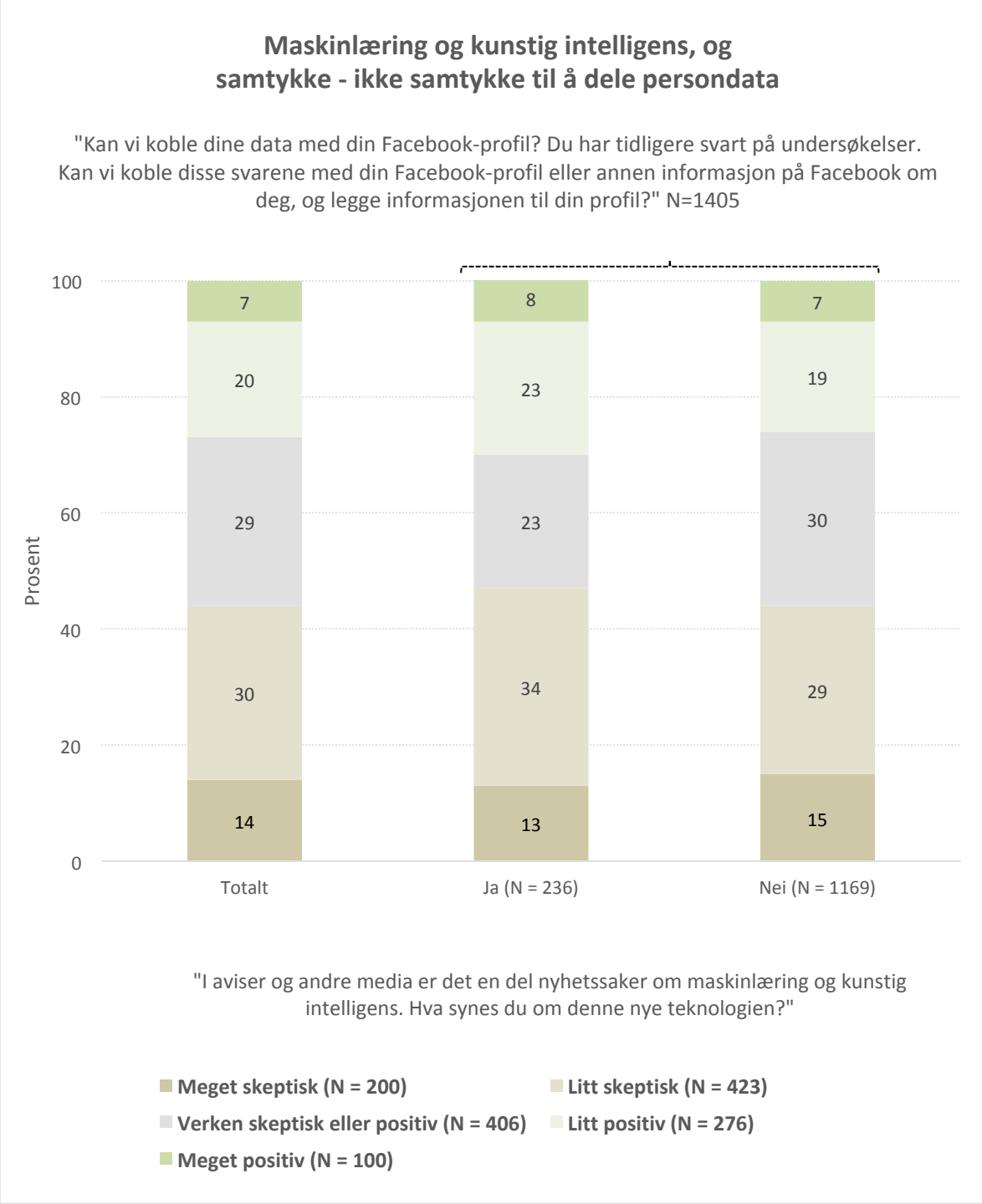
Figur 127: Makinlæring og kunstig intelligens. Hva synes du denne nye teknologien? Undersøkelse 2.

I begge undersøkelsen er det langt flere som er skeptiske enn positive. I den første undersøkelsen var 11%+32%=43% skeptiske og 24%+7%=31% positive. I den andre undersøkelsen var 14%+30%=44% skeptiske og 20%+7%=27% positive.

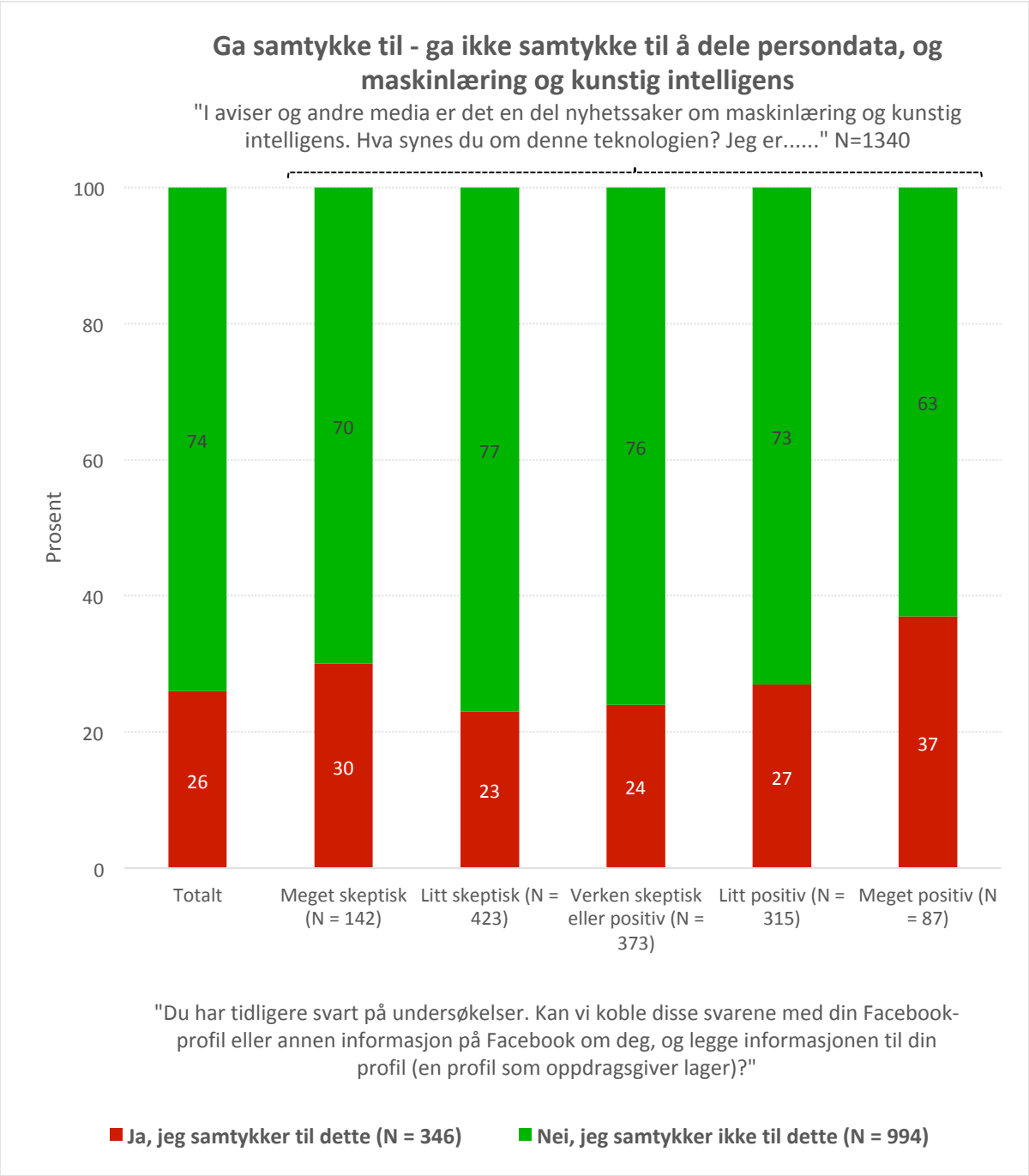
Vi kan også undersøke om det er noen forskjeller hvis vi tar med spørsmålet om samtykke til å dele persondata.



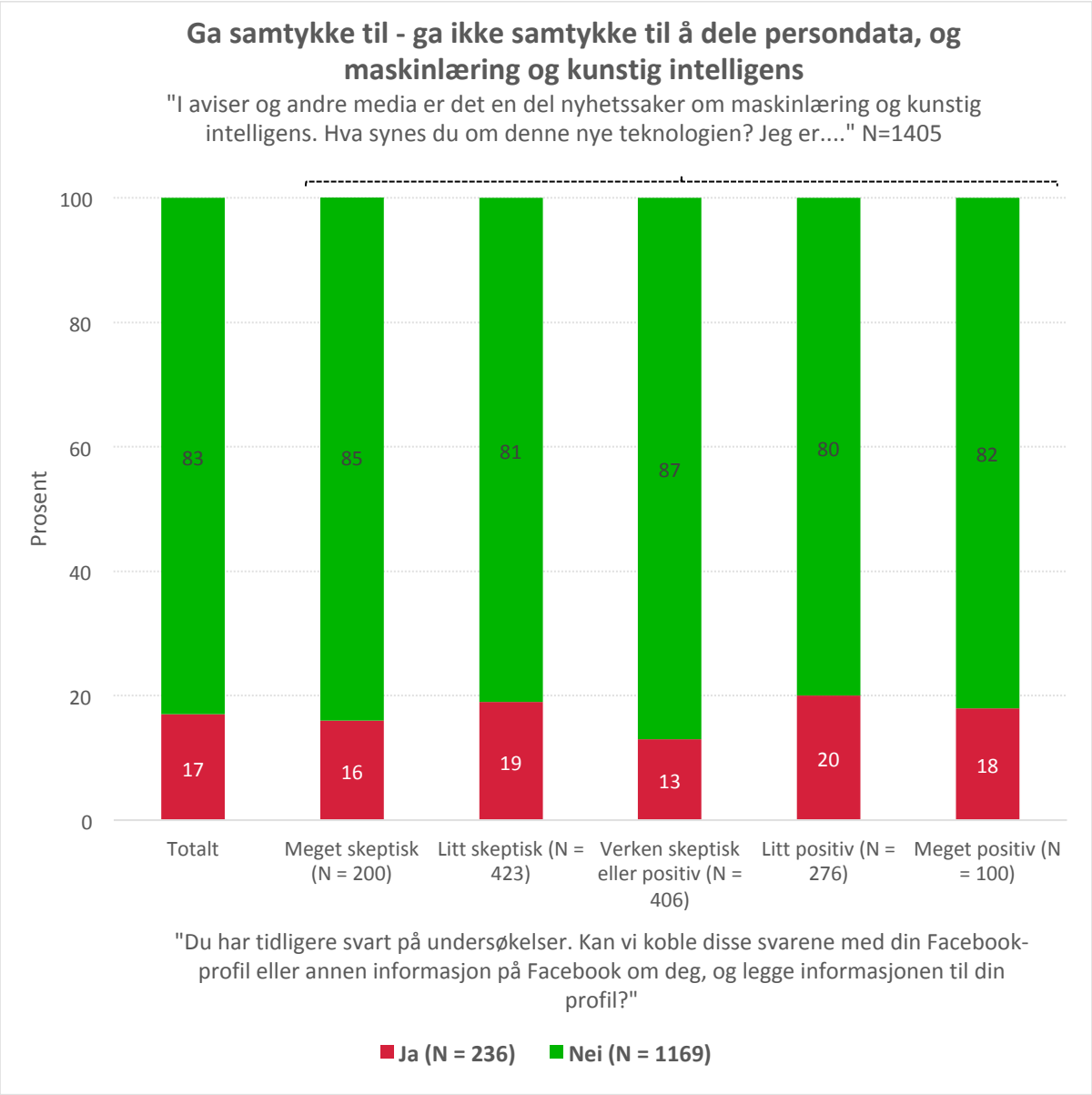
Figur 128: Maskinlæring og kunstig intelligens. Sammenlikning, de som ga samtykke og de som ikke ga samtykke. Undersøkelse 1.



Figur 129: Maskinlæring og kunstig intelligens. Sammenlikning, samtykke til – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



Figur 130: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til deling av persondata. Maskinlæring og kunstig intelligens. Undersøkelse 1.



Figur 131: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til deling av persondata. Maskinlæring og kunstig intelligens. Undersøkelse 2.

Mange nyhetsoppslag dreier seg om ny teknologi og muligheter. Dette gjelder også for maskinlæring og kunstig intelligens, også omtalt som ”artificial intelligens (AI).”

Er de positive i flertall, eller er det ikke slik? Deler vi i to grupper i undersøkelse 1 (Figur 127), de skeptiske (142+423) og de positive (315+87) får vi følgende: Andel som gir samtykke til å dele persondata blant de positive er 29% sammenliknet med 25% blant de skeptiske.

Deler vi i to grupper i undersøkelse 2 (Figur 127), de skeptiske (200+423) og de positive (276+100) får vi følgende: Andel som gir samtykke til å dele persondata blant de positive er 19% sammenliknet med 18% blant de skeptiske. Dette spørsmålet skiller ikke mellom disse to gruppene.

Spørsmålet om maskinlæring og kunstig intelligens kan ses på som et holdningsspørsmål til teknologi. Kunstig intelligens kan for eksempel brukes til å ta avgjørelser; bestemme forsikringspremien eller rentebetingelser på et boliglån. Det er få som kjenner til paragraf 22 i GDPR som er en del av personopplysningsloven. Denne paragrafen sier at ”Den registrerte skal ha rett til ikke å være gjenstand for avgjørelser som utelukkende er basert på automatisk behandling, herunder profilering,….” Vi spurte et åpent spørsmål om GDPR og rettigheter. De fleste valgte å ikke skrive noe. Av de som skrev om rettigheter var det nesten ingen refererte til (innholdet i) paragraf 22.

I figurene 128 og 129 viser vi fordelingene, hva deltakerne svare på spørsmålet om samtykke til å dele persondata og kunstig intelligens. Resultatene er ikke entydig. I den andre undesøkelsen er det ingen eller ubetydelige forskjeller – det er pluss/minus 17% som gir samtykke i alle gruppene. I den første undersøkelsen er det en forskjell. De ”meget positive” skiller seg ut, men dette er en liten gruppe på kun 6%.

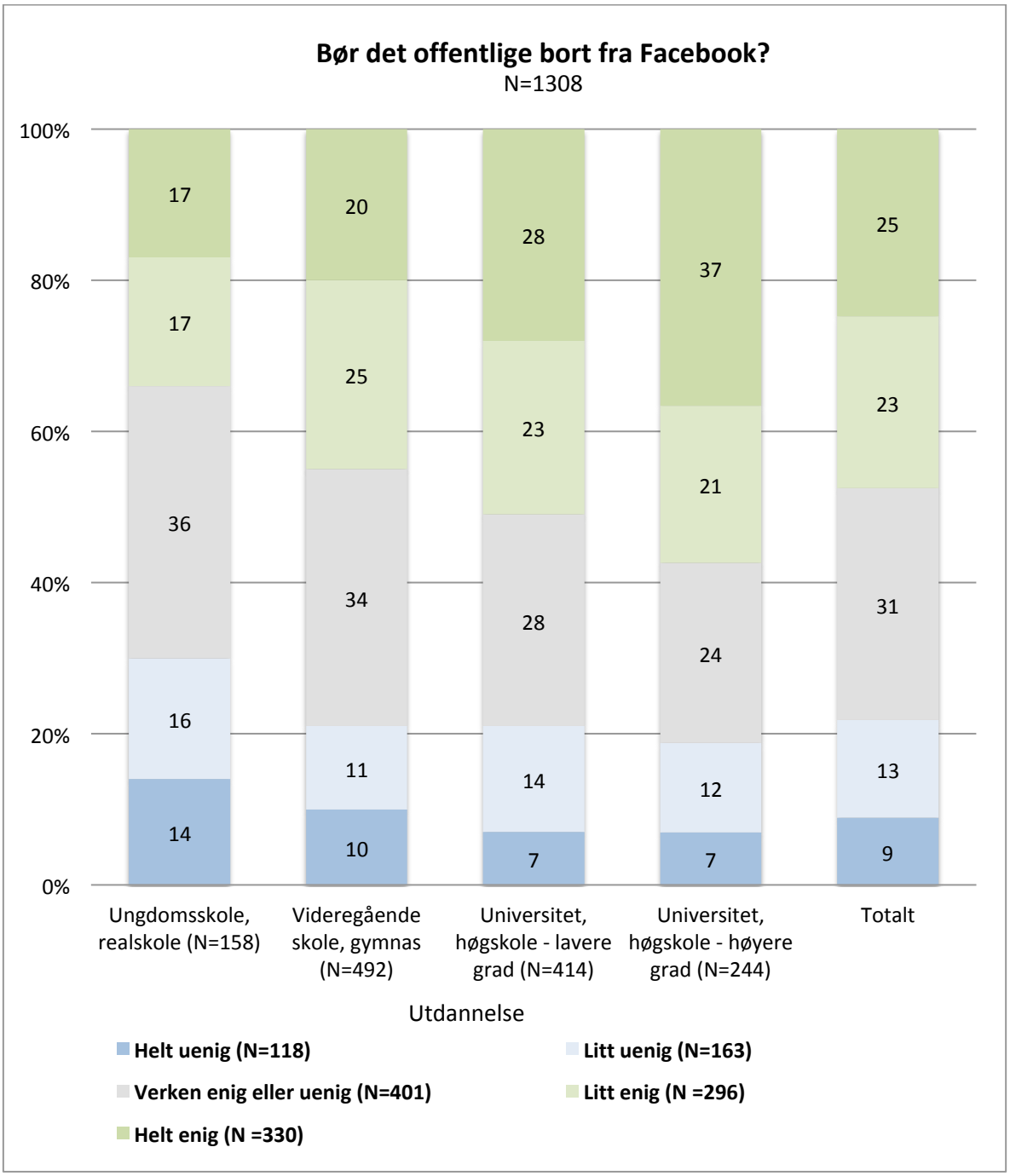
Offentlige myndigheter og Facebook

Siden september 2018 har politiet hadde nettpatruljer. For eksempel skal “*nettpatruljen i Oslo politidistrikt til å legge ut snaps, stories, blinkskudd fra hverdagen, spørsmål og svar på facebook, instagram og snapchat…. Har du spørsmål eller trenger å snakke med noen i politiet, ta kontakt med dem på Facebook messenger.*[13]” og “*I dag går Agder politidistrikt live på Facebook…..med Politiets nettpatrulje-Agder åpner Agder politidistrikt for første gang opp for toveiskommunikasjon med befolkningen på internett*.[14]” Også andre offentlige aktører kommuniserer med innbyggerne på Facebook.

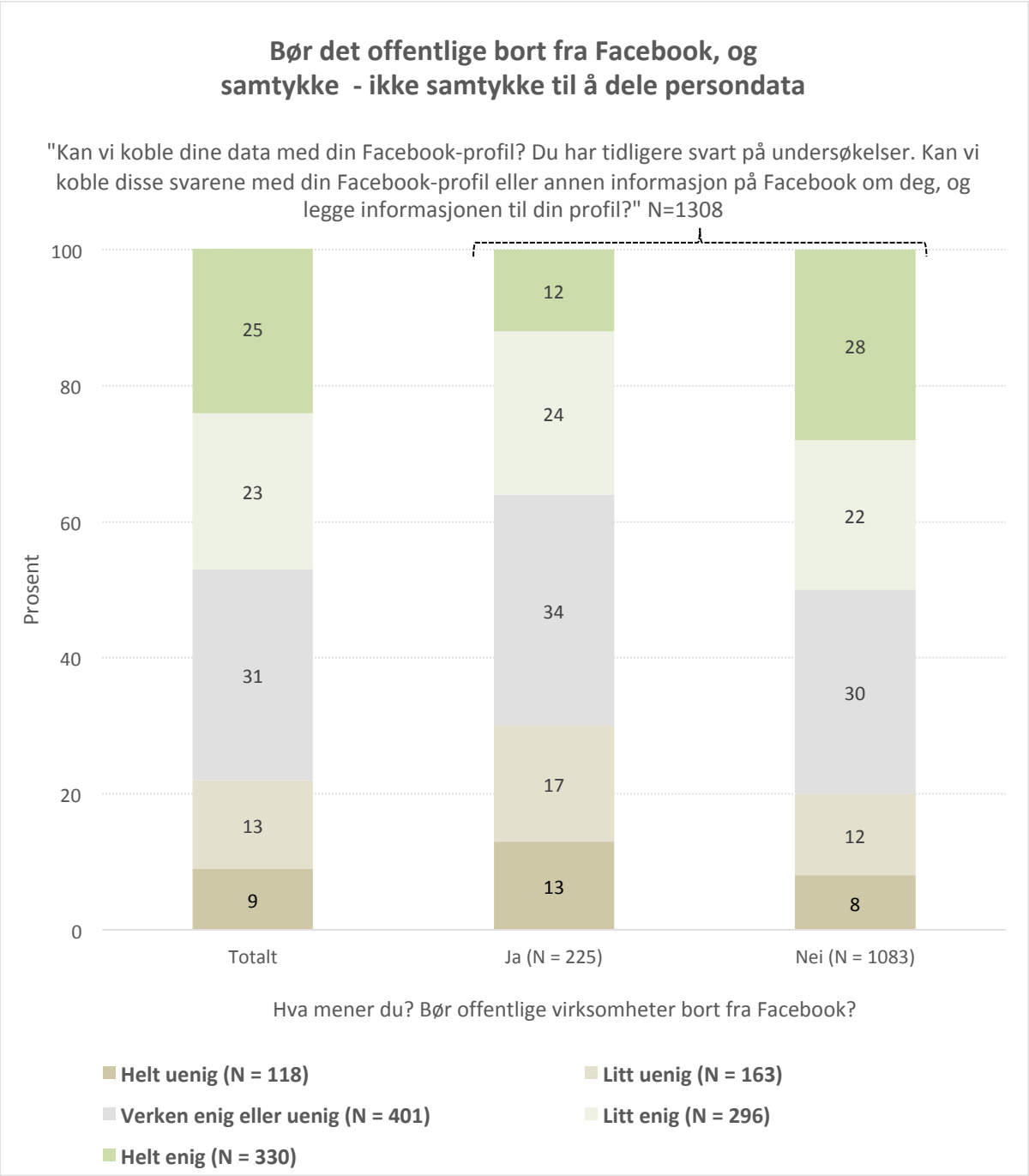
Bakgrunnen for det det neste spørsmålet er et innlegg fra Ola Myklebost i Dagens Næringsliv 28 januar. I den andre undersøkelsen siterte vi innlegget som startet slik: ”***Det offentlige bør bort fra Facebook”(****og) En av de første sakene for digitaliseringsminister Nikolai Astrup bør være å igangsette en utflytting av offentlige virksomheter fra Facebook. Det er helt urimelig at NRK og andre henviser borgerne til facebooksider. Man skal ikke behøve å bli en del av dette stadig mer diskrediterte apparatet for å få offentlig informasjon.”* og deretter “*Hva mener du om dette? Er du Helt uenig- litt uenig - verken enig eller uenig – litt enig – helt enig.”*

[13] https://norsis.no/forste-politidistriktet-med-egen-nettpatrulje/

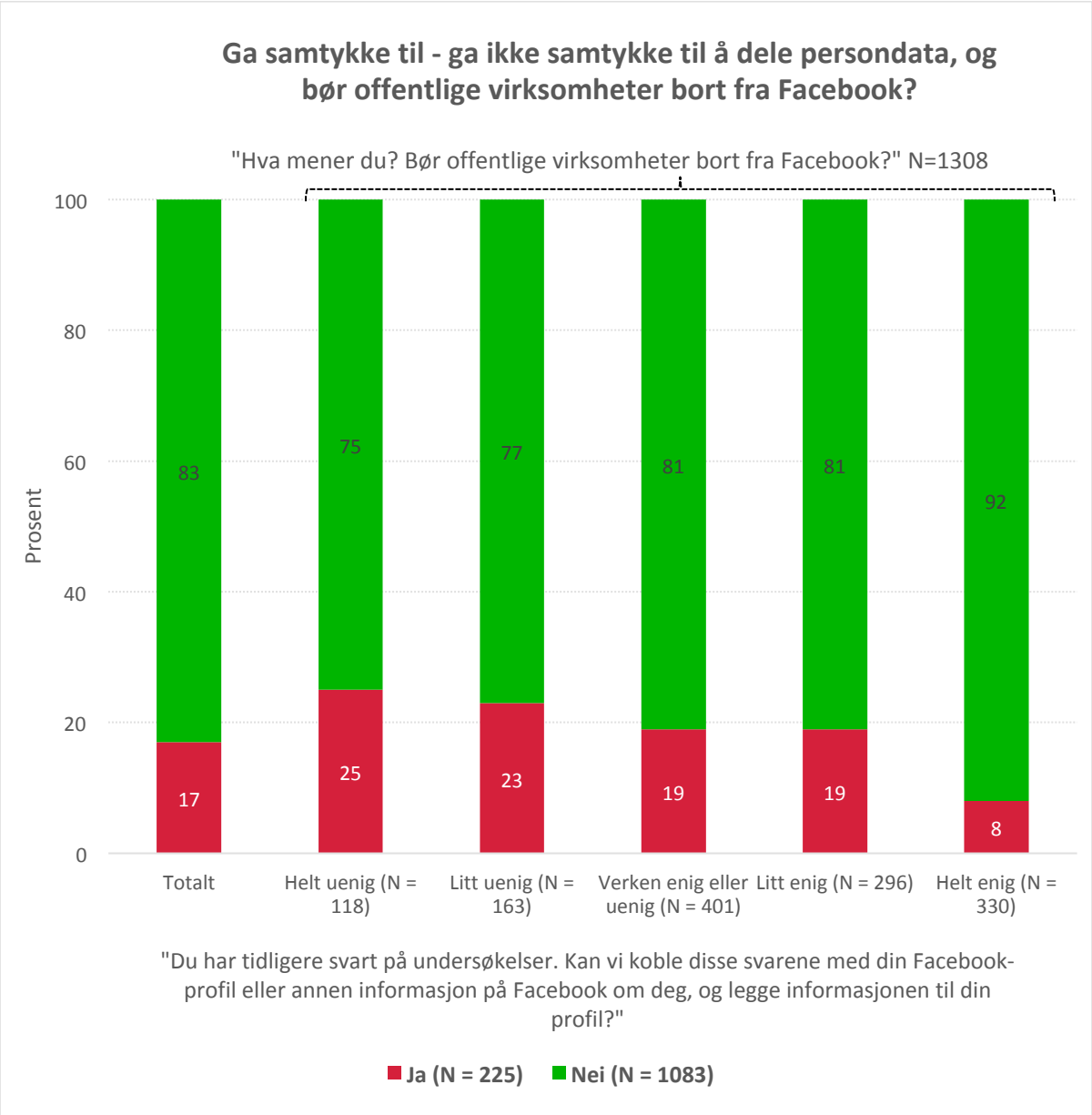
[14] https://sornett.no/arkiv/189961



Figur 132: Det offentlige og Facebook. Forskjeller mellom grupper med ulike utdannelse. Undersøkelse 2.



Figur 133: Bør offentlige virksomheter bort fra Facebook? Sammenlikning, ga samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Undersøkelse 2.



Figur 134: Ga samtykke – ikke samtykke til å dele persondata. Bør offentlige virksomheter bort fra Facebook? Undersøkelse 2.

Det er langt flere som er enige i utsagnet om at myndighetene bør slutte å bruke Facebook enn de som er uenige. Det er 48% som er enige og 24% uenige. De med lengst utdannelse er mest negative til det offentliges bruk av Facebook. Figur 134 viser at de som svarer enten *helt uenig* eller *helt enig* skiller seg fra gjennomsnittet som er 17% prosent. De som er helt enig i at myndighetene bør slutte å bruke Facebook tilhører en gruppe hvor få (8%) svarte ja på spørsmålet om samtykke til å dele persondata.

Figurene 132 og 133 viser at 48% (25% + 23%) synes myndighetene skal slutte å bruke Facebook blant dem som svarte nei på spørsmålet om samtykke til å dele data. Blant dem som ga samtykke til å dele persondata sammenliknet var andelen lavere, 36% (12%+24%).

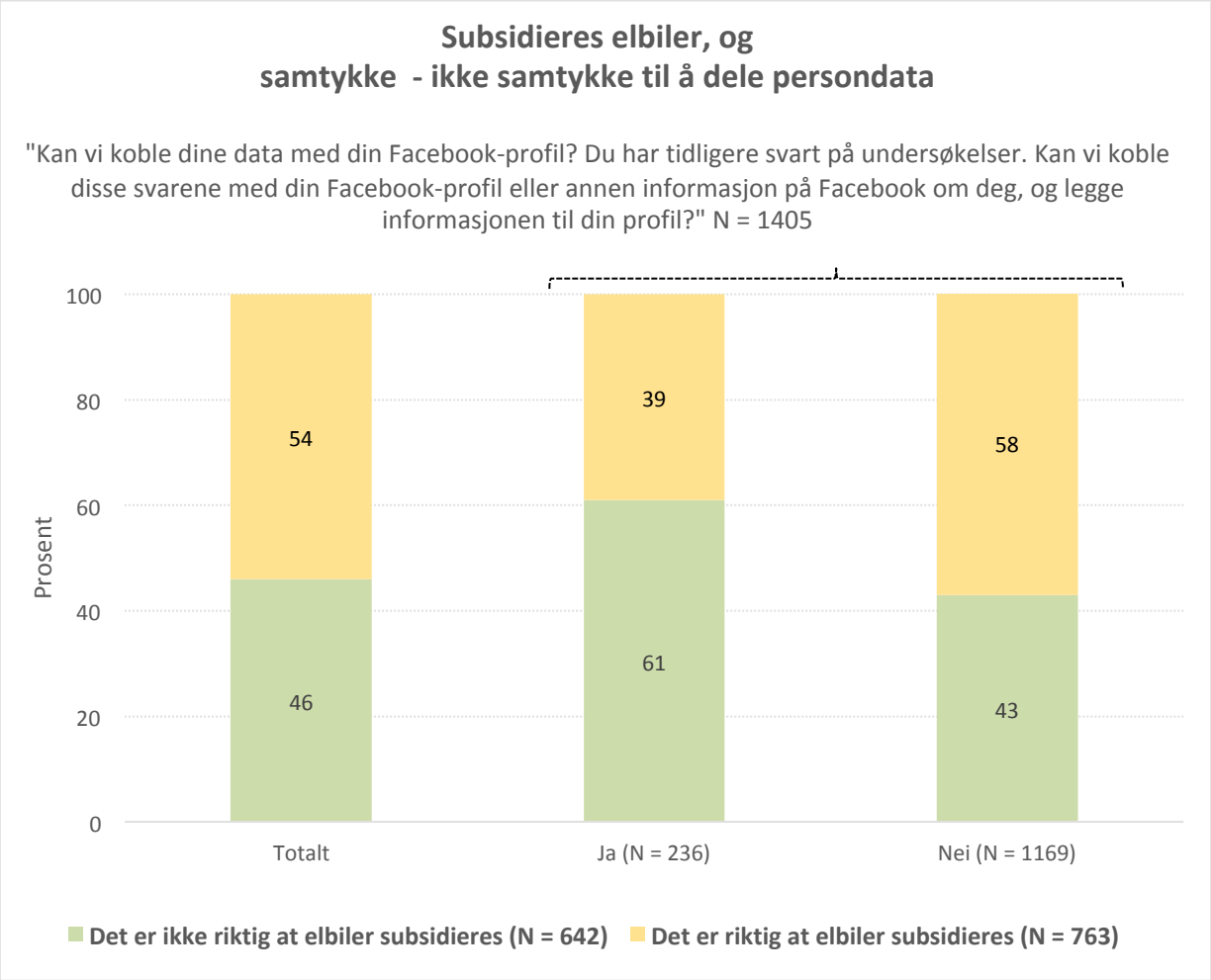
Subsidieres elbiler?

I den andre undersøkelsen hadde vi med to spørsmål om elbiler. Vi laget et utsagn om ordet subsidier med et sitat fra Tolletaten.

”Det er skatter eller avgifter på mange varer og tjenester som vi som forbrukere kjøper, men det er ikke alltid slik. På bøker og el-biler er det ikke avgifter. Det er også eksempler på at man får støtte eller subsidier staten. Her er et sitat fra toll-etaten: ”Med subsidier menes økonomiske bidrag fra offentlig myndighet… for eksempel en pengeoverføring.” På denne bakgrunnen vil vi at du skal lese dette utsagnet: ”*Elbileiere subsidieres….Politikerne har brukt en masse (av våre) penger på å gjøre elbilene billige*.”

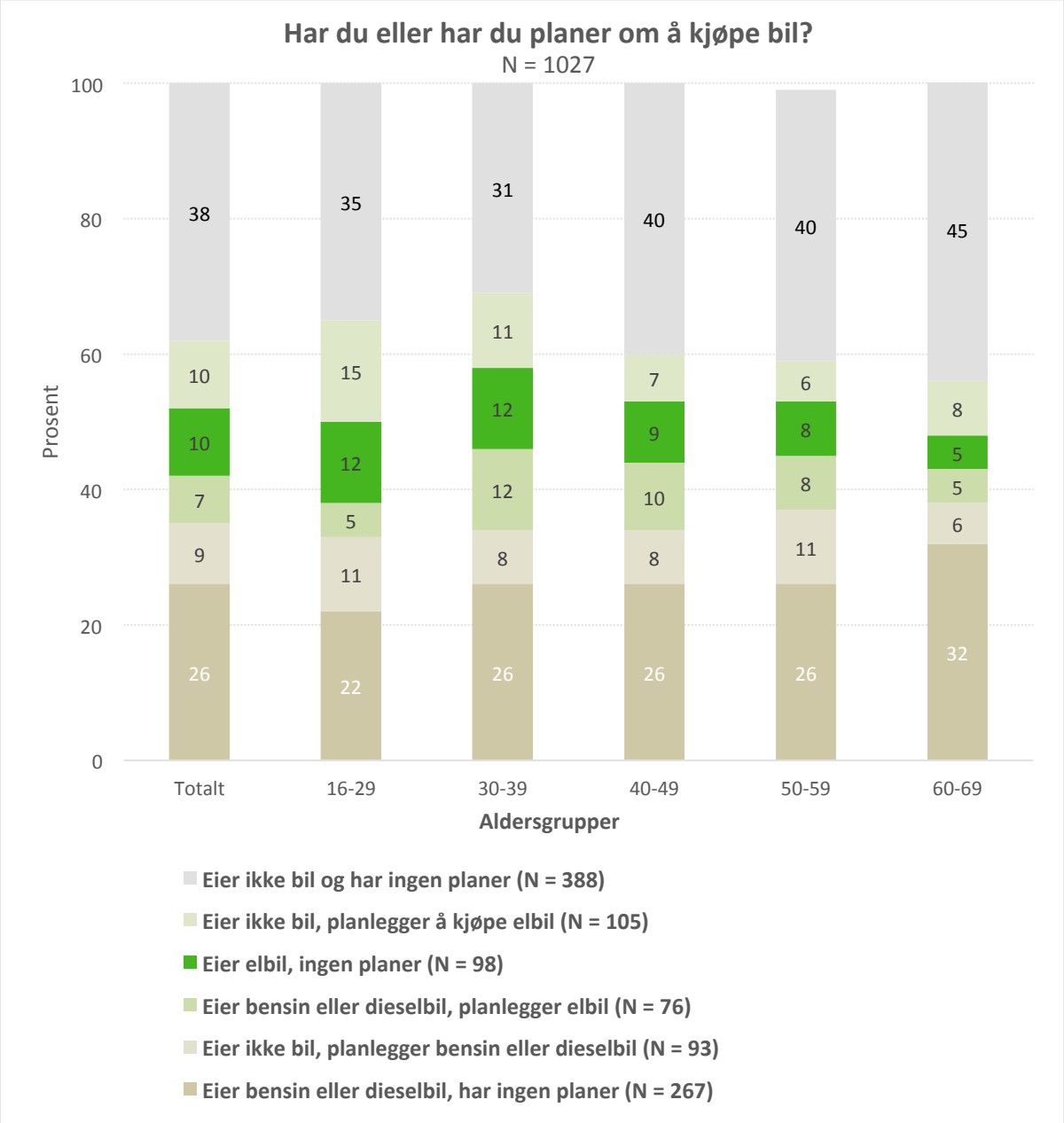
Av a og b nedenfor, hvilket alternativ mener du er en korrekt fremstilling av denne saken?

a) Det er ikke riktig at elbiler subsidieres,
b) Det er riktig at elbiler subsidieres.



Figur 135: Om ordet subsidier. Subsidieres elbiler? Undersøkelse 2.

Hvor nøye leses spørsmålet? Er det slik at deltakeren i undersøkelse stanser ved ”korrekt fremstilling av saken”, eller tenker mer på hva en selv mener om elbilpolitikken i Norge? Ved subsidieringer utbetales det penger, og derfor er det korrekte svaret at det er riktig at elbil ikke subsidieres” Dette fordi det er korrekt å si det ikke er avgifter som for eksempel for bøker. Eller, en leser spørsmålet og svarer hva en selv mener om avgiftspolitikken, for eksempel at det er riktige å subsidiere (=egentlig slippe avgifter), og det er en enig-uenig i.
Figur 135 viser at omtrent like mange mener at det er riktig at elbiler subsidieres som ikke subsidierer. Formuleringen var ment å skille mellom de som la vekt på at ordet subsidier dreier seg å få overført penger, og ikke det at man ikke betaler avgifter, men det er mer sannsynlig at deltakerne i undersøkelsen svarte på hva de mener om politikken, det er riktig at i betydningen ”jeg støtter politikken” enn at spørsmålet dreiet seg om begrepet subsidier.

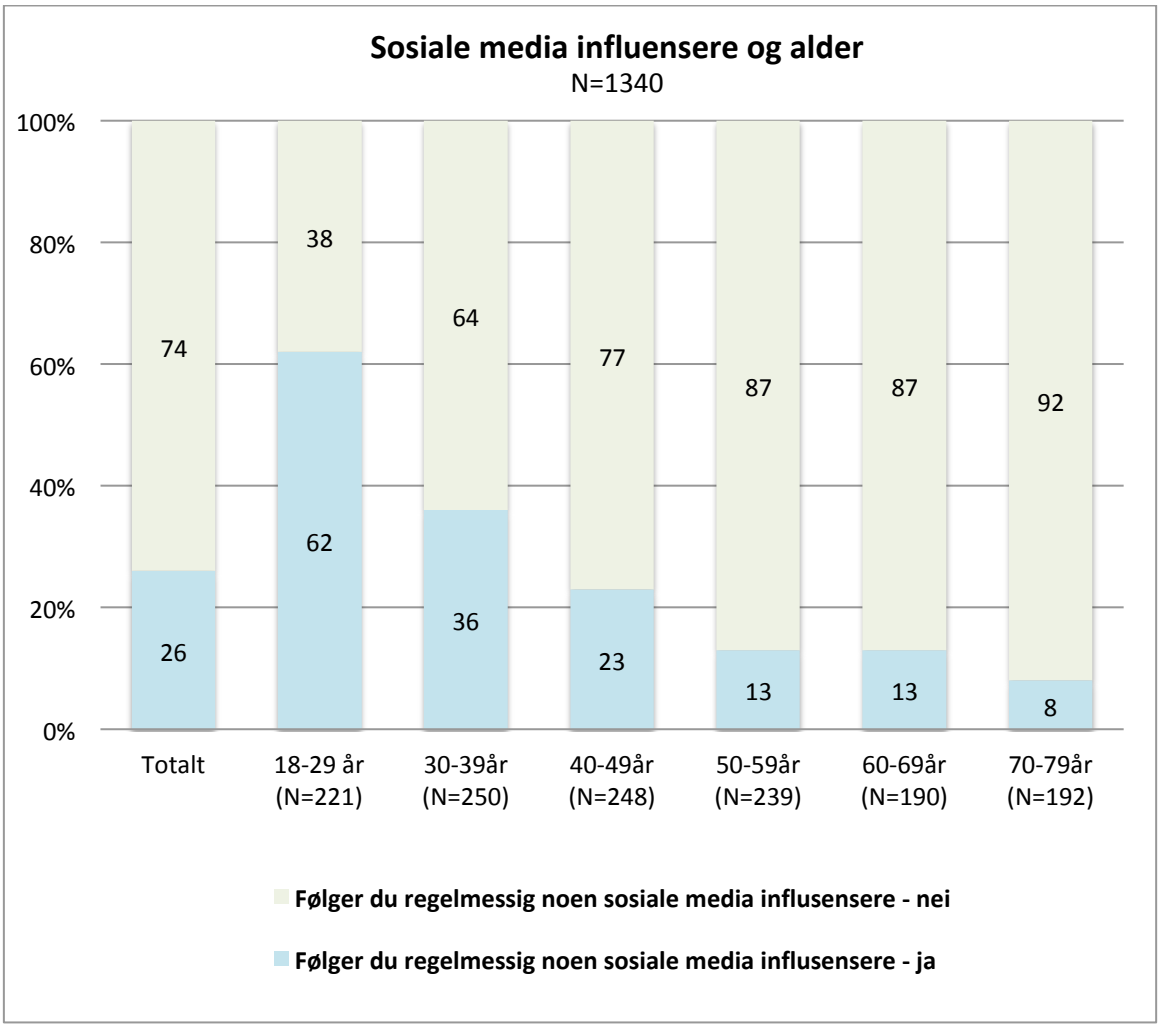


Figur 136: Har du eller har du planer om å kjøpe bil? Undersøkelse 2.

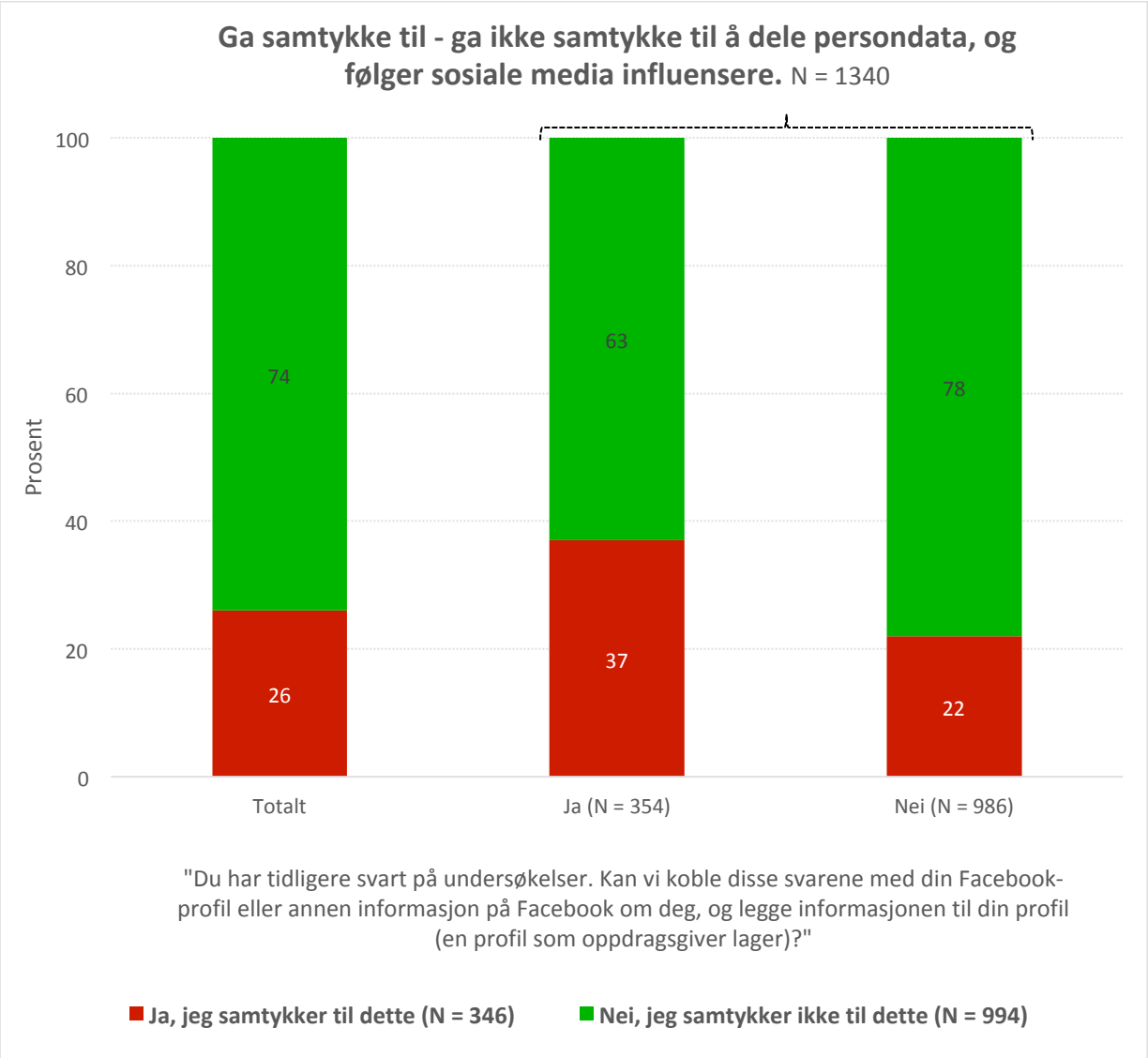
Spørsmålet om en planlegger å kjøpe bil ble ikke besvart av 368, dvs. 26%. Tabell 131 viser de som besvarte spørsmålet. Elbiler får mye oppmerksomhet i media. Hittil i 2019 er det solgt flere elbiler enn fossilbiler (dvs. rene diesel og bensinbiler) i Norge. Figur 134 sier noe om planer. Det er i aldersgruppen 30-39 år at andelen som har planer om å kjøpe elbil er høyest (11% + 12%), men gruppen eier ikke bil og har ingen planer er størst i alle aldersgrupper.

Influensere

I den første undersøkelsen spurte vi om influensere. Det er, som forventet, de yngre som sier at de følger influensere. I den første undersøkelsen hadde vi noen spørsmål om andre temaer. Dette var ett av temaene. Vi ønsket ikke at deltakerne skulle få spørsmål om persondata før vi spurte om samtykke til å dele persondata. Det er ikke så vanlig å spørre om en følger influensere. Selv om dette ikke er et sentralt tema i denne rapporterer viser vi i de neste figurene svarene som vi fikk.

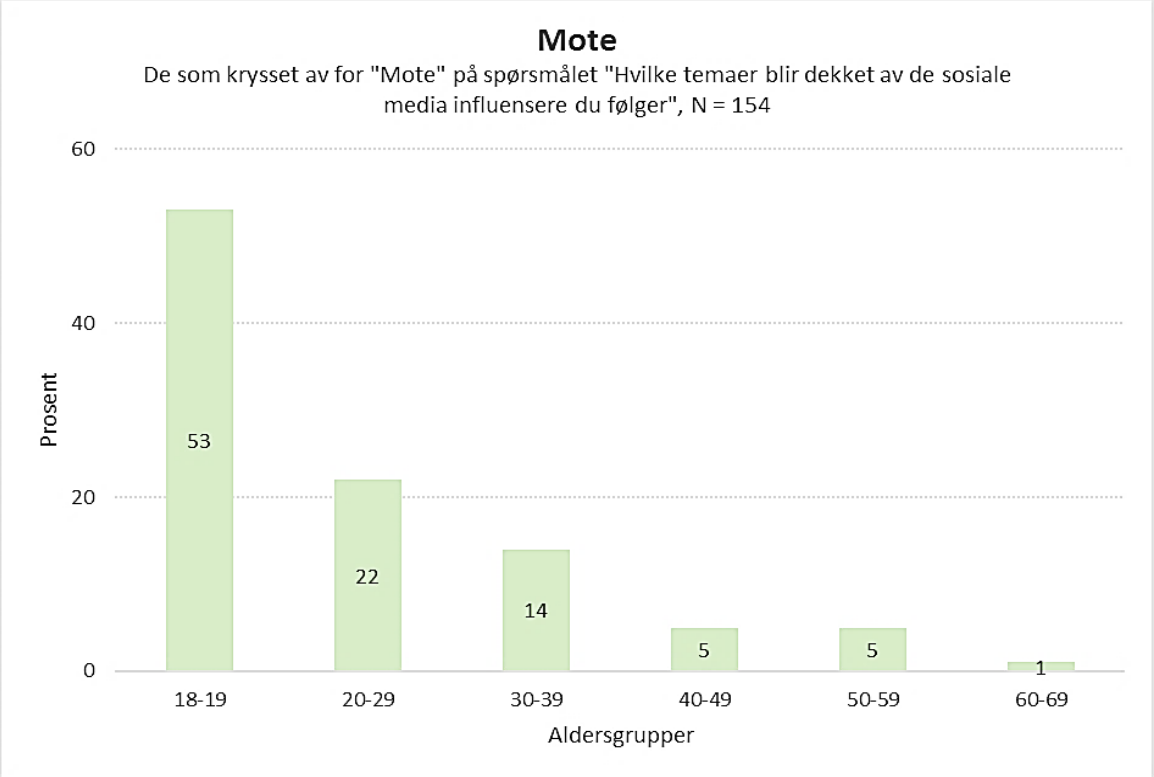


Figur 137: Sosiale media influensere. Alder. Undersøkelse 1.

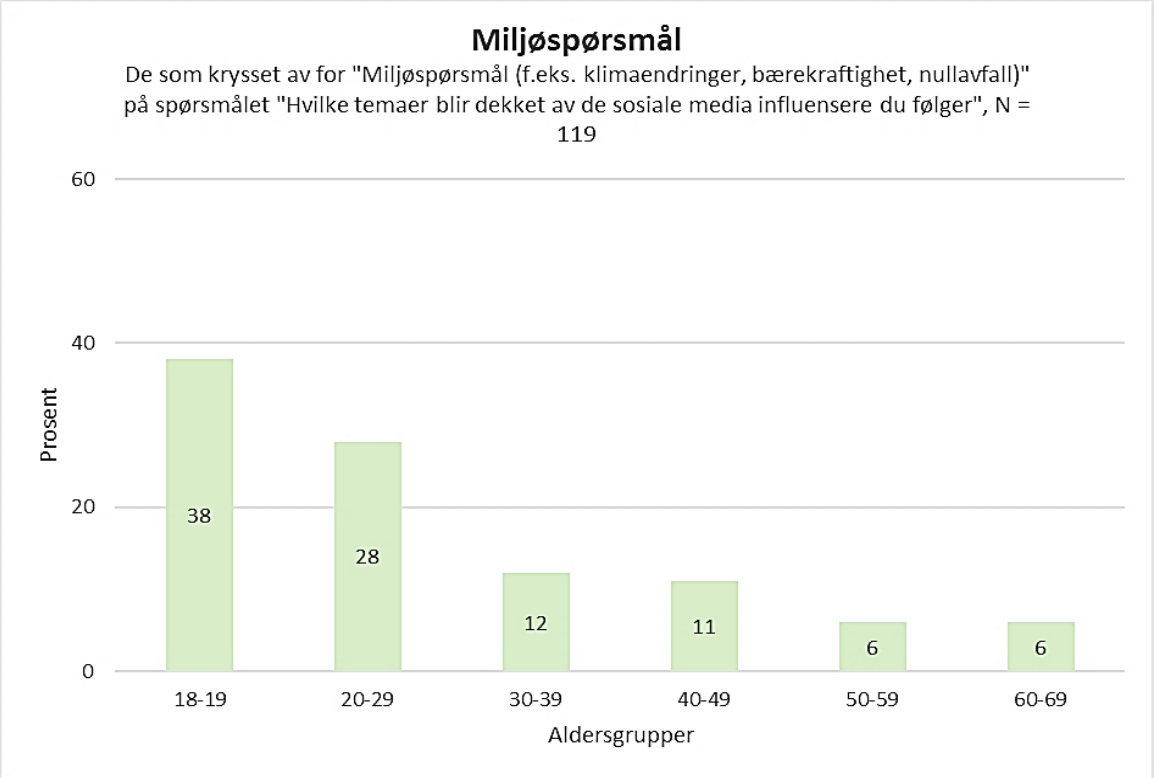


Figur 138: Ga samtykke til – ga ikke samtykke til å dele persondata. Følger du regelmessig noen sosiale media influensere online? Undersøkelse 1.

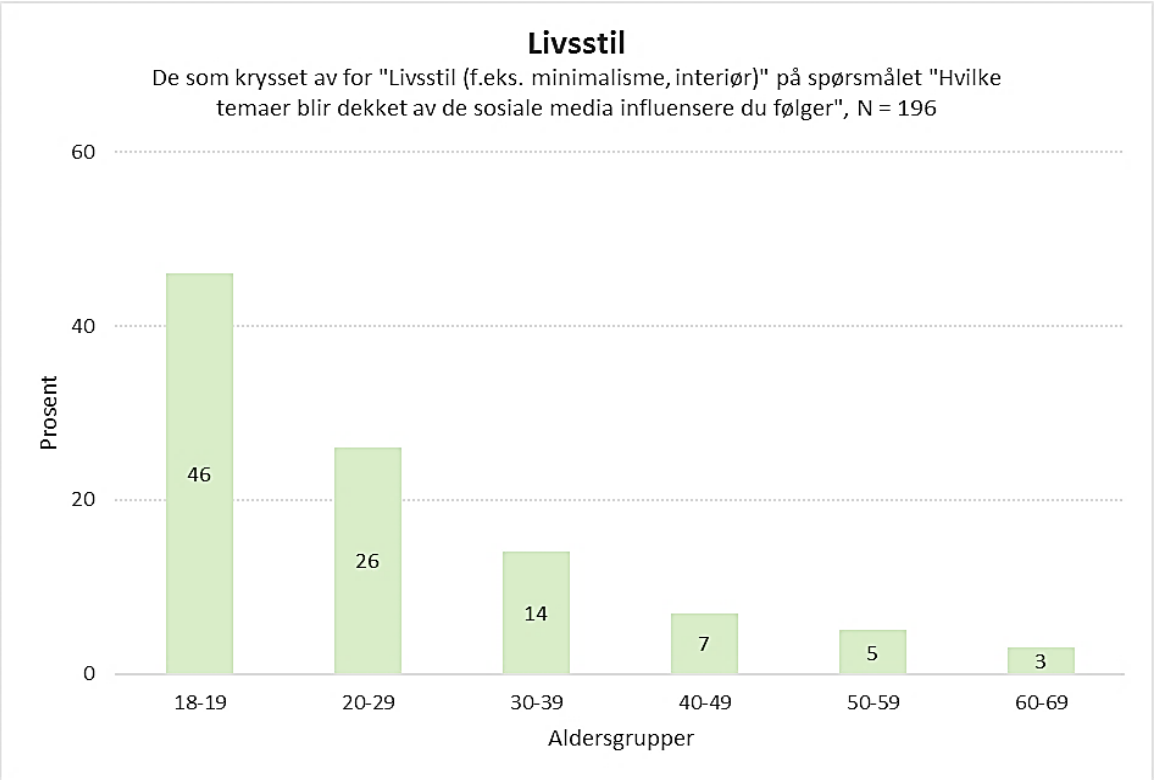
Det at andel som svarte ja på spørsmålet om samtykke kan i hovedsak forklares med aldersprofilen på de som følger sosial media influensere – mange av de som følger influensere er unge, se figur 135.



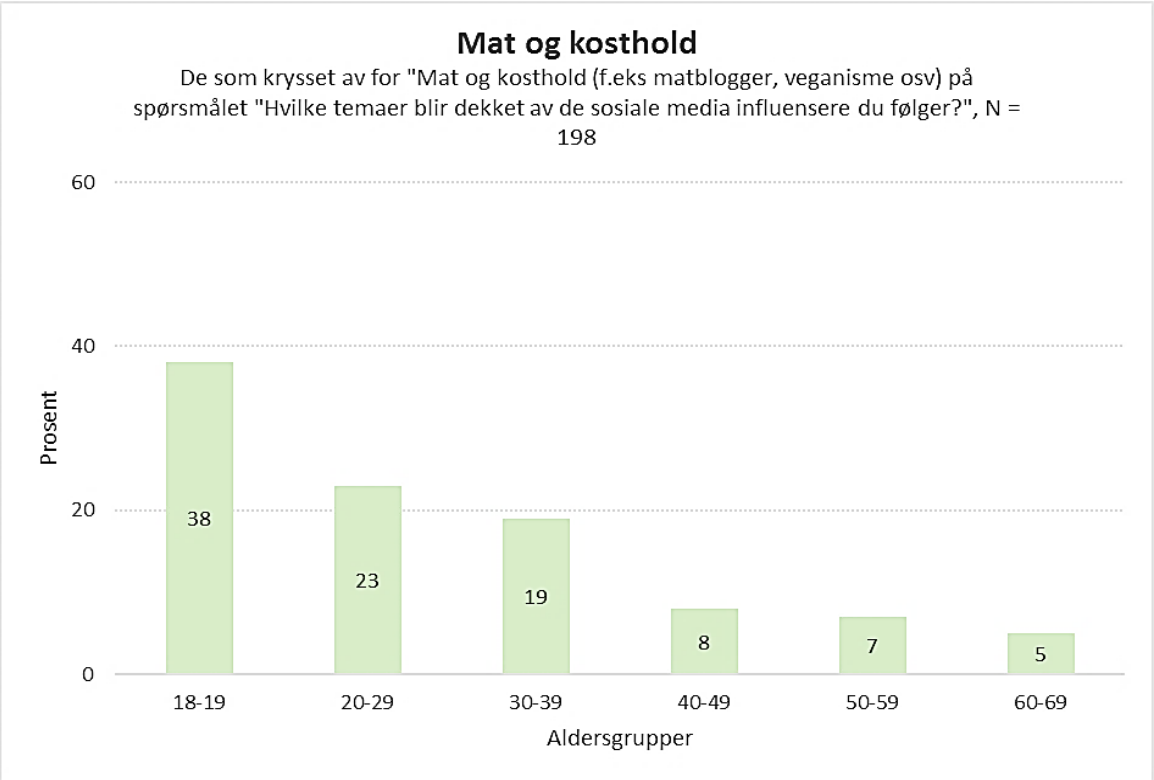
Figur 139: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1.



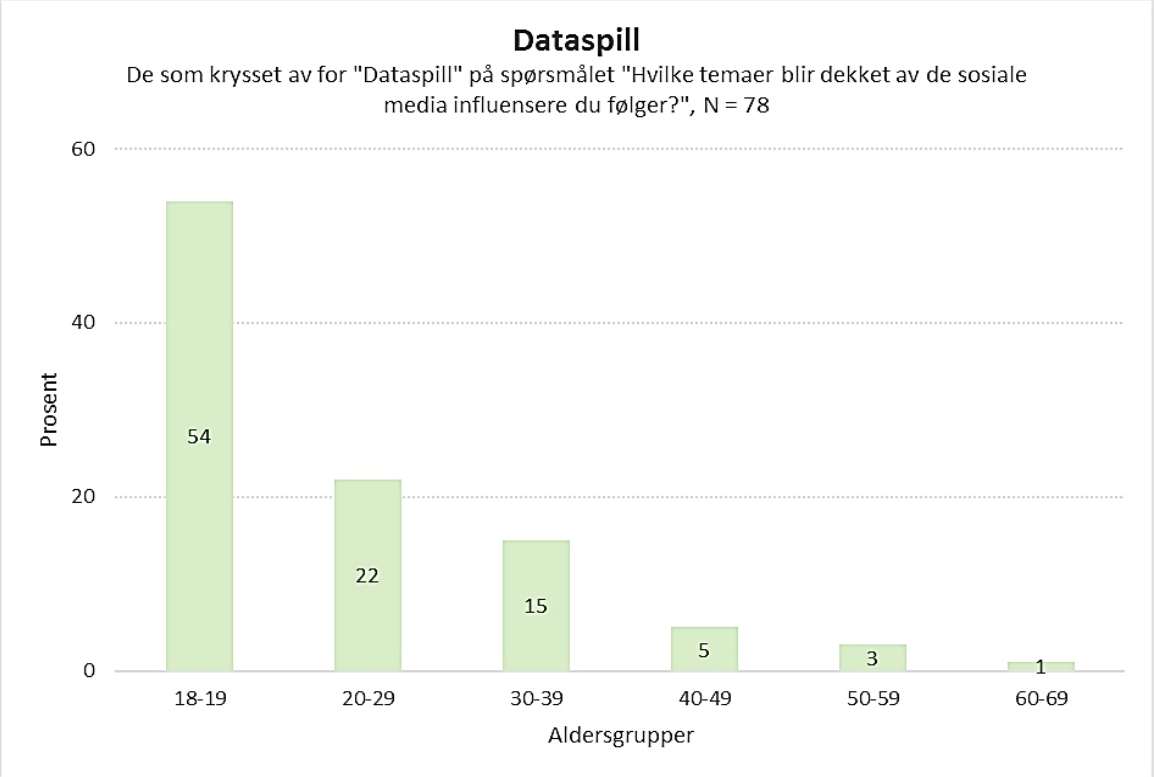
Figur 140: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1.



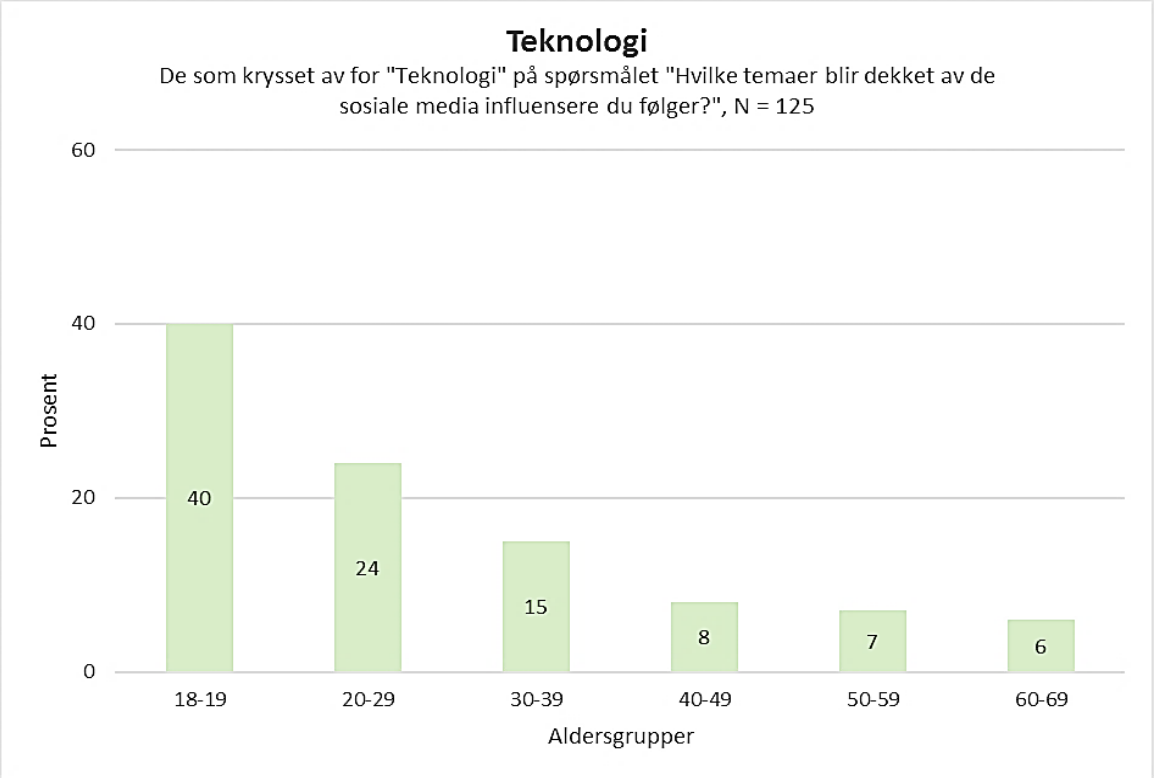
Figur 141: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1.



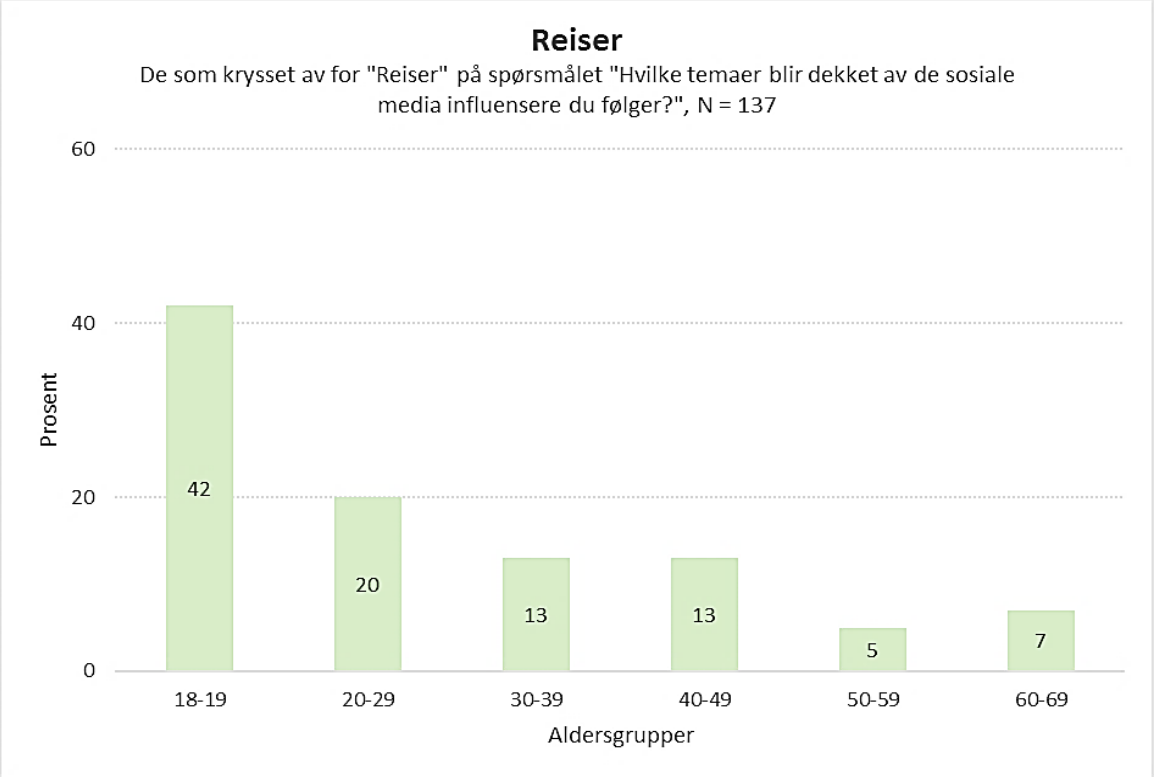
Figur 142: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1.



Figur 143: Hvilke temaer bli dekket av de sosiale media influensere du følger. Undersøkelse 1.



Figur 144: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1.



Figur 145: Hvilke temaer blir dekket av de sosiale media influensere du følger? Undersøkelse 1.

Oppsummering

Deltakerne i de to undersøkelsen svarte på mange spørsmål, og de deltok i det vi har omtalt som en samtykketest, et eksperiment hvor vi spurte om de faktisk ville gi oss tilgang til opplysninger om seg selv. Det å spørre "ville du sagt ja hvis du ble spurt" forteller oss langt mindre sammenliknet med en samtykketest fordi denne dreier seg om adferd, om villigheten til faktisk å dele opplysninger om seg selv.

Vi kan anta at deltakerne er positive til markedsanalysefirmaet hvor de er panelmedlem. Likevel forventet vi at flertallet ikke ville gi samtykke. Dette fordi det vi spurte om var i strid med avtalen deltakerne har med markedsanalysefirmaet om ikke å videreformidle svar fra andre undersøkelser enn den som deltakeren svarer på. Dessuten skrev vi at vi ville bruke opplysningene til å lage en ny profil, en profil med detaljert og kanskje i noen tilfeller privat informasjon. I seg selv burde mange reagert på dette av personvernhensyn. Samtidig vet i at mange sier ja når de blir spurt - de gir samtykke for å kunne bruke digitale tjenester og apper. Vi spurte ikke om dette, men det er vanlig å si som kommentar til video-overvåkning eller innsamling av data at dette er greit fordi "jeg har ingen ting å skjule[15]". Vi gjennomførte kun en test og laget ikke en ny profil for hver enkelt person. Deltakerne ble informert om at opplysningene om dem ikke ble sendt videre til oppdragsgiver.

Hvorfor var ikke andelen som ga samtykke den samme i de to undersøkelsene? Det er en viktig forskjell mellom de to undersøkelsene. I den andre undersøkelsen kom spørsmålet om samtykke etter en rekke spørsmål om digitale profiler og personvern. Vi antar at noen reflekterte mer over innsamling og bruk av persondata som følge av disse spørsmålene.

Hvorfor sier mange ja til å dele persondata? Hvem var det som i større grad en andre ga samtykke og hva kan vi si om disse ut i fra disse to undersøkelsene? Dette var noe av det som beskriver de som ga samtykke til å dele persondata:

- det var flere menn enn kvinner
- aldersgruppen 20-29 år er de med høyest andel som ga samtykke
- mange var enige i at firmaer må kunne bruke all data de kan få tilgang til, og også ha rett til å dele opplysninger med tredjeparter
- de var, i større grad uenige i at det skal gjøres vanskeligere å lagre og bruke opplysninger til å lage digitale profiler sammenliknet med de som ikke ga samtykke
- de la vekt på at informasjon må lagres sikkert. Dette alternativet ble rangert foran de to andre alternativene

[15] Se side 31, Figur 7 i rapport: https://fagarkivet.oslomet.no/en/item/tillit-og-sarbarhet-pa-nett-forbrukernes-praksiser-og-vurderinger-etter-innforingen-av-den-nye-personvernforordningen-gdpr-i-norge-2018

- Det var færre som svarte at de hadde gjort endringer for å hindre delinger av persondata, eller valgt å ikke laste ned den app, dette sammenliknet med de som ikke ga samtykke
- Sammenliknet med de som ikke ga samtykke var flere positive til at kontaktlister brukes til andre formål enn det som er nødvendig for at en app skal fungere
- en høy andel har opplevd misbruk av kredittkort eller debetkort, identitetstyveri, (og/eller) selv delt krenkende bilder og videoer og opplevd uønsket deling - dette sammenliknet med de som ikke ga samtykke.
- Sammenliknet med de sin ikke ga samtykke er flere i denne gruppen med lav utdannelse
- mange hadde ingen eller få riktige svar på refleksjonstesten.

For øvrig i undersøkelsene svarte flertallet at digitale profiler dreier seg om ”min identitet” og en skal bli spurt før opplysninger brukes til å lage profiler. Av de tre alternativene ble dette alternativet ranger høyere enn ikke lagring av data, og det at en skal kunne korrigere opplysninger. I begge undersøkelsene valgte et flertall ”det bør gjøres vanskeligere å lagre persondata og opplysninger som kan brukes til å lage digitale profiler” som det alternativet de var mest enige i, 69% og 51%.

Cambridge Analytica-skandalen er kjent av mange. Selv om vi fremstilte hendelsen som en skandale og brukte ord som manipulere og ulovlig påvirket ikke dette deltakerne. Dette selv om skandalen dreiet seg om digitale profiler og misbruk av data i tilknytning til valg. Hvorfor påvirket ikke fremstillingen svarene til deltakerne? Det at Cambridge Analytica-hendelsen skjedde i USA og ikke i Norge tror vi er noe av forklaringen.

Det er meget få eksempler på bruk av denne **refleksjonstesten CR**T i Norge. Som forventet var det en forskjell mellom de intuitive, de som hadde ingen rette eller få rette, og de som hadde alle eller mange rette. De med høyest utdannelse gjorde det bedre på refleksjonstesten enn de med lavere fullført utdanning, men i alle utdanningsgruppene er det noen som hadde alle riktige eller mange riktige svar. Utdannelse er ikke en forutsetning for å tenke seg om før en tar en beslutning.

Vi spurte om negative konsekvenser slik som phishing og misbruk av data. I følge den andre undersøkelsen er det en type adferd som synes å øke sårbarheten, sannsynligheten for å opplevde misbruk av persondata. Dette er deling av krenkende bilder og videoer, for eksempel nakenbilder. Det er kanskje overraskende at mange i aldersgruppen 30-39 år, og ikke bare de yngste aldersgruppene, deler denne typen bilder.

Skille mellom det private og det offentlige er blitt mindre, spesielt i den digitale verden. Det er ikke enkelt å beskytte persondata. Alle har et ansvar for egne valg, men på dette området kan en ikke overlate beslutningene til oss som forbrukere. Det er ikke den enkelte som kan ”gjøre det vanskeligere å lagre og bruke opplysninger til å lage digitale profiler.”