



Försiktighet kring personlig information på nätet

ESTER APPELGREN



Vad är problemet?

- Idag mäts all vår aktivitet på internet av ett antal aktörer.
- I en förstudie om etiska aspekter kring och metoder för att mäta trafikdata har vi sett att
 - publiken är tveksam till att dela med sig av beteendedata på internet
 - Medvetenheten förefaller vara låg kring att vi redan delar data
- Om publiken vore medveten om hur mycket av deras internetaktivitet som faktiskt mäts och delges kommersiella aktörer och andra redan idag, skulle de vilja dela med sig då?
- Förstudien och fortsatta studier utförs tillsammans med Sara Leckner, Malmö högskola och Christina Lagerstedt, Acreo.





Om vi ser det från publikens perspektiv, vad innebär det att dela personlig data på nätet?

← → ↻ 🏠 🔒 <https://www.forsakringskassan.se> ☆ 📁

Vi använder cookies på forsakringskassan.se för att ge dig en bättre upplevelse av vår webbplats. För att kunna använda Mina sidor behöver du acceptera cookies. [Läs om cookies](#)

Jag accepterar

Försäkringskassan

🔍 Sök

SVENSKA DAGBLADET

Start Näringsliv Kultur Ledare Meny

Nya, bränsleeffektiva Boeingflygplan ger låga priser.

norwegian

New York
Flyttjänst från
1199:-

Edward Snowden - mannen som drog ner byxorna på stormakten

Visselblåsaren Edward Snowden förändrade bilden av USA genom att visa hur omfattande stormaktens spioneri på omvärlden är. Fortfarande råjs nya hemligheter från läckan, som den om Sveriges samarbete med NSA.

Av Karin Thurfelt
12 dec 2013
14 Spärr artiklar

Erbudande
På helingång till 50 digital. En månad helt gratis.

iPhone-erbudande

Hallon LITEN
iPhone 6 16 GB
339:-/mån
Med en valfritt 5-årigt
gratis bindningslöst

hallon.se

Fram till maj var han en anonym dataexpert som hade arbetat för USA:s säkerhetsmyndighet CIA och flera underleverantörer till amerikanska

facebook Gå med

E-post eller telefon: _____ Lösenord: _____
 Håll mig inloggad Har du glömt ditt lösenord? **Logga in**

Vilka typer av information samlar vi in?
 Hur använder vi den här informationen?
 Vilka typer av information samlar vi in?
 Hur använder vi den här informationen?
 Vår policy gäller alla Facebook-märken, -produkter och -tjänster som inte omfattas av en egen sekretesspolicy, eller som hänvisar till denna policy, som vi kallar "Facebook-tjänster" eller "tjänster".

Datapolicy

Vi ger dig möjlighet att dela ditt liv med andra och hålla kontakten med familj och vänner, eftersom vi vill göra världen öppnare och mer sammansvetsad. Denna policy beskriver den information vi samlar in samt hur den används och delas. Du hittar ytterligare information och hjälp i sekretessgrunderna.

Vår policy gäller alla Facebook-märken, -produkter och -tjänster som inte omfattas av en egen sekretesspolicy, eller som hänvisar till denna policy, som vi kallar "Facebook-tjänster" eller "tjänster".



Frågebatteri

F28 I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden?

	Stämmer helt	Stämmer delvis	Stämmer knappast	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning
A Jag läser noga igenom villkor när jag registrerar mig på sajter eller appar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B Jag är noga med att begränsa den information jag lämnar ut om mig själv på nätet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C Jag accepterar att den information som företag samlar in om mig på nätet säljs vidare till andra företag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D Det är bra att företag samlar in information om mina internetvanor för att förbättra de tjänster jag använder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	5



Frågebatteri

F29 Vilken är din inställning till att företag samlar in personlig information om dig och dina internetvanor när du:

		Mycket negativ	Ganska negativ	Varken negativ eller positiv	Ganska positiv	Mycket positiv	Ingen uppfattning
A	Gör sökningar i sökmotorer (<i>ex. Google</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	Konsumerar nyheter på nätet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	Klickar på annonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	Använder sociala medier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	Konsumerar filmer, musik och tv-serier på nätet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	Köper varor eller tjänster på nätet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		1	2	3	4	5	6



Tabell 1: Inställning till att dela personlig data på internet, 2015 (procent)

	Stämmer helt	Stämmer delvis	Stämmer knappast	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning
Det är bra att företag samlar information om Internetvanor för att förbättra tjänster	3	18	18	42	19
Accepterar att personlig information säljs vidare till andra företag	3	19	17	45	16



Tabell 2: Individens åtgärder för att värna om personlig integritet på internet, 2015 (procent)

Utöandet av aktiviteten:	Stämmer helt	Stämmer delvis	Stämmer knappast	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning
Begränsar själv personlig information på internet	47	33	5	2	13
Läser noga igenom villkor vid registrering på sajter eller appar	15	29	20	18	18

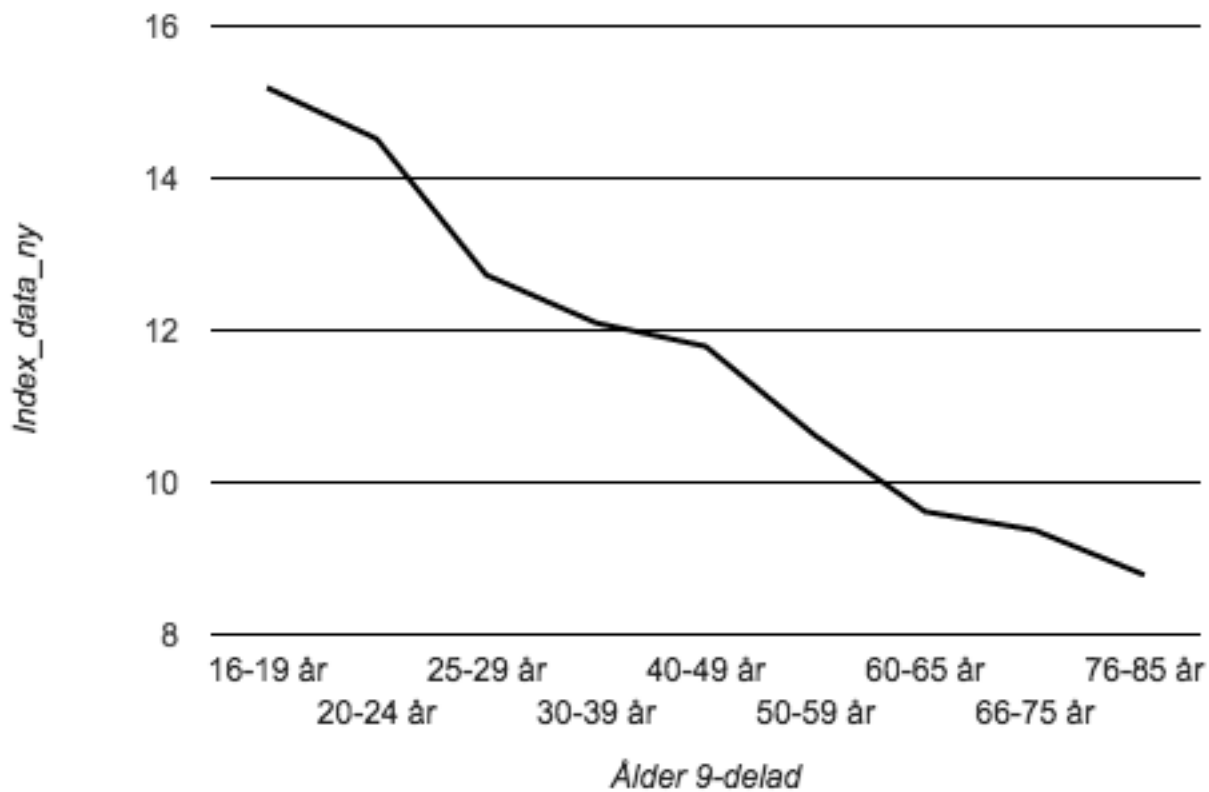


Tabell 3: Inställning till att företag samlar in personlig information vid olika internetaktiviteter, 2015 (procent)

	Mycket negativ	Ganska negativ	Varken negativ eller positiv	Ganska positiv	Mycket positiv	Ingen uppfattning
Sökningar i sökmotorer	38	25	19	5	1	12
Konsumtion av nyheter på nätet	36	24	20	5	1	15
Klick på annonser	41	24	16	4	0	15
Användning av sociala medier	38	25	16	3	1	18
Konsumtion av filmer, musik och tv-serier på nätet	34	22	19	6	1	19
Inköp av varor och tjänster på nätet	36	25	18	6	1	15



Index inställning till att dela data i olika digitala kontexter (medelvärde) vs. Ålder 9-delad





Sammanfattning resultat

- Drygt 60 procent av den svenska befolkningen
 - ställer sig negativa till att företag samlar in data om deras internetvanor för att förbättra användarupplevelsen.
 - anser att de inte alls, eller knappast, accepterar att personlig data säljs vidare till tredje part.
- 80 procent av respondenterna säger att de begränsar sin personliga information på internet.
- Endast är 15 procent av respondenter som svarar att de noga läser igenom villkor vid registrering på sajter eller appar.
- Yngre personer har en något mindre försiktig attityd till att dela personlig data för olika aktiviteter jämfört med äldre.
- Den lilla grupp individer som uttrycker en mer våghalsig attityd i sina svar, som inte begränsar sin information, eller inte noga läser igenom villkor har hög teknikvana.



För individen kan ökad medvetenhet vara positivt, men vilka blir de negativa konsekvenserna av ökad medvetenhet i befolkningen?

Om medvetenheten leder till att människor inte vill dela med sig av personlig data kan:

- Klickstatistik bli en omöjlighet
- Personalisering begränsas
- Kommersiella medieföretag tvingas skapa ännu tätare partnerskap med aktörer som har rik användardata (Facebook och Google)
- Kommersiella medieföretag tvingas övertyga eller kanske till och med betala publiken för att få del av användardata och därmed kunna rikta annonser, likt det som nu sker med adblockers.
- Kommer människor bli mer försiktiga eller mindre med en ökad medvetenhet?