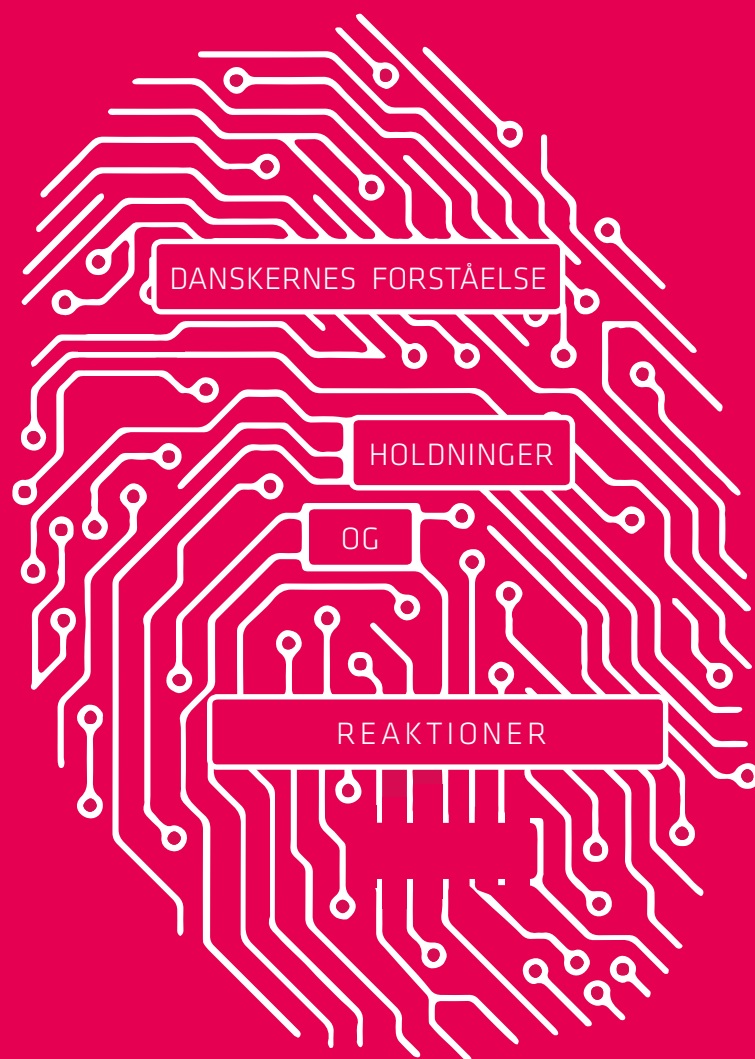


DET OFFENTLIGES DIGITALE OVERVÅGNING 2015



bjerg
k

INDHOLD

| | |
|---|----|
| INDLEDNING | 3 |
| FORMÅL | 4 |
| RESULTATERNE – KORT | 5 |
| DEL 1: KENDSKAB, HOLDNINGER OG REAKTIONER | 7 |
| DEL 2: SITUATIONSFORSTÅELSE | 18 |
| DEL 3: BEGREBSFORSTÅELSE | 19 |
| ANBEFALINGER TIL OFFENTLIGE VIRKSOMHEDER | 28 |
| METODE | 30 |
| BILAG 1 | 33 |
| BILAG 2 | 54 |

INDLEDNING

Demokrati og overvågning

Staten er endnu ikke gået i dialog med danskerne om grænserne for overvågning og indsamling af personlige oplysninger. Vi har ellers set en voldsom udvidelse af, hvilke data det offentlige overvåger og indsamler om borgerne. En udvikling, der har store konsekvenser for borgernes anonymitet og privatliv – og netop anonymitet og privatliv er værdier, som vi historisk har betragtet som forudsætninger for vores demokrati.

Kommunikationen mellem borger og stat bliver stadig mere digitaliseret. Det har mange positive sider for både offentlige virksomheder og borgere. Det behøver vi ikke diskutere. Vi skal derimod diskutere andre konsekvenser af digitaliseringen: overvågning i et omfang, vi aldrig før har set.

Hjemmesider og sociale medier

Hvis man skal være lidt grov, så får vi kun lejlighed til at forholde os til det offentlige overvågning, når vi klikker ind på en offentlig hjemmeside og bliver bedt om at acceptere cookies. Selvfølgelig accepterer vi – ellers kan vi jo ikke bruge hjemmesiden. Vi forholder os ikke reelt til cookies, men til at komme i gang med at bruge den hjemmeside, vi besøger.

Det offentlige brug af sociale medier er også et eksempel på en kommunikationssituation, som borgerne ikke har haft lejlighed til at tage principiel stilling til. Skal det offentlige gøre brug af fx Facebook, hvis forretning består i at indsamle og videresælge dybt personlige data om sine brugere? Er de sociale medier egnede til en af demokratiets vigtigste samtaler: den mellem stat og borger? En hel hær af kommunikationskonsulenter både i og uden for det offentlige vil sige ”ja, man skal møde borgerne, der hvor borgerne er”. I Bjerg K mener vi, at det er en debat værd.

En oplysningstanke

En god debat sker på et oplyst grundlag og fører til velbegrundede beslutninger. Vores undersøgelse viser, at forudsætningerne for den debat ikke helt er til stede. Vi står som samfund over for en udfordring for at få befolkningen til at forholde sig principielt til digital overvågning. Det viser rapporten på tre måder:

- 1 Forståelse. Flertallet af danskere har svært ved at forstå de ord, som bliver brugt, når vi bliver bedt om at acceptere digital overvågning (fx ”cookies”).
- 2 Holdning. 50 % af danskerne er bekymrede for overvågning, og kun 18 % synes, at de er blevet tilstrækkeligt oplyst om, hvornår der indsamles oplysninger, og hvordan oplysningerne bruges.
- 3 Reaktion. Hver tredje har ændret adfærd på nettet, fordi de er blevet bevidste om overvågning - men det er kun få i forhold til, hvor mange der er bekymrede for adgangen til deres personlige oplysninger på nettet.

Lad debatten begynde

Vi håber, at denne rapport kan bidrage til at kvalificere debatten. Digitaliseringen er et uhyre komplekst emne, men rapporten her viser, at danskerne sagtens kan og vil forholde sig til digitaliseringens konsekvenser. Rapporten giver også det offentlige et par anbefalinger til at lykkes med den debat – anbefalinger, som er baseret på undersøgelsens resultater.

*Kresten Bjerg, Bjerg K
September 2015*

FORMÅL

Undersøgelsens resultater kan bruges på flere måder. Vi håber især:

- at resultaterne vil indgå i en offentlig debat, hvor danskerne får lejlighed til at forholde sig til, hvilken type overvågning vi ønsker i Danmark.
- at de offentlige virksomheder vil bruge resultaterne til at planlægge, hvordan de kommunikerer om deres overvågning.

Undersøgelsen er gennemført som en repræsentativ befolkningsundersøgelse. Formålet var at få et indblik i, hvordan danskerne reagerer på og forstår de kommunikationssituationer, hvor det offentlige indsamler personlige oplysninger om dem. Vi afrapporterer undersøgelsens resultater i tre dele.

Del 1

- Kendskab, holdninger og reaktioner. Undersøgelsen viser, om danskerne ved, at offentlige myndigheder indsamler personfølsomme oplysninger om dem via internettet. Du kan også læse om danskeres holdning og reaktioner på overvågningen.

Del 2

- Situationsforståelse. Vi har spurgt danskerne, hvordan de forstår en konkret situation, hvor der bliver indsamlet oplysninger om dem. Vi tog udgangspunkt i DR's valgquiz fra folketingsvalget 2015, hvor brugerne skulle logge ind via deres Facebook-konto.

Del 3

- Begrebsforståelse. Hvor mange danskere forstår egentlig de centrale begreber, når de accepterer, at der indsamles oplysninger om dem på nettet? Vi har spurgt til ordene cookies, IP-adresse, samtykke og tredjepart.

Ud over resultaterne består denne rapport også af:

- Anbefalinger til offentlige virksomheder,
- Metoderedegørelse
- BILAG 1: tabelrapporter og indsamlede data
- BILAG 2: Undersøgelsens spørgeskema.

En undersøgelses metode og resultater kan og bør altid diskuteres. Det er baggrunden for, at vi vedlægger en fuldstændig tabelrapporter i bilag 1. Her kan du gå på opdagelse i data, da der sikkert er flere resultater end dem, som vi har lagt vægt på i vores analyse.

RESULTATERNE – KORT

Bekymring

- Næsten halvdelen af danskerne (48 %) er bekymrede for, om offentlige myndigheder og private virksomheder har adgang til deres personfølsomme oplysninger.
- De unge er mindre bekymrede end de ældre.

Tillid

- 70 % har i nogen eller høj grad tillid til at offentlige myndigheder beskytter de personfølsomme oplysninger, der indsamles.
- En fjerdedel har ikke tillid til at det offentlige beskytter personfølsomme oplysninger.
- Danskere med lav tillid, er mere bekymrede for, at andre har adgang til deres personfølsomme oplysninger.

Ansvar

- Størstedelen af danskerne (67 %) mener, at det hovedsagligt eller udelukkende er det offentliges ansvar at oplyse om indsamling af oplysninger.
- De unge er mere tilbøjelige til at tage ansvar end de ældre.

Opmærksomhed

- Kun 17 % af danskerne har inden for det seneste år bemærket, at en offentlig myndighed har gemt eller indsamlet personfølsomme oplysninger om dem.
- En stor del af de danskere, der bemærker, at deres oplysninger registreres, har også mindre tillid og er mere bekymrede for indsamling.

Oplysning

- Kun 18 % mener, at offentlige myndigheder tydeligt oplyser, hvornår de indsamler eller anvender borgernes data.
- Danskere, der oplever, at de bliver tydeligt oplyst om indsamling, har også større tillid og er mindre bekymrede.

Dataindsamling i sociale medier

- Næsten halvdelen af danskerne (47 %) mener ikke, at de er velinformerede om, at deres personlige oplysninger kan sælges til andre, når der kommunikeres med offentlige myndigheder via sociale medier.
- Flere unge end ældre er velinformerede om videresalg.

Adfærd

- En tredjedel af danskerne (30 %) har ændret måden, hvorpå de bruger digitale medier, fordi de er blevet opmærksomme på, hvilke oplysninger andre kan få adgang til.
- Bekymring og tillid har betydning for, om man ændrer adfærd.

(Fortsættes på næste side)

Stillingtagen

- Danskerne er splittede i spørgsmålet om, hvorvidt oplysninger om rejser må gemmes.
- Danskerne er splittede i spørgsmålet om, hvorvidt oplysninger må indhentes fra teleselskaber.
- De, der kender til eksemplerne, er mere villige til at acceptere overvågning
- Danskere kan tage stilling og er skeptiske.

Situationsforståelse

- DR kommunikerede uklart om Facebooks dataindsamling under folketingsvalget.

Begrebsforståelse

- Cookies: 10,5 % af danskerne forstår ordet. 40 % forstår det delvist.
- IP-adresse: 5,9 % af danskerne forstår ordet. 20,9 % forstår det delvist.
- Tredjepart: 23,5 % af danskerne forstår ordet. 28,8 % forstår det delvist.
- Samtykke: 81,8 % af danskerne forstår ordet. 0,3 % forstår det delvist.

DEL I: KENDSKAB, HOLDNINGER OG REAKTIONER

Første del af undersøgelsen om danskernes kendskab, holdninger og reaktioner til det offentlige indsamling af personfølsomme oplysninger har vi inddelt i otte temaer:

- Bekymring
- Tillid
- Ansvar
- Opmærksomhed
- Oplysning
- Dataindsamling i sociale medier
- Adfærd
- Stillingtagen.

Du kan se alle undersøgelsens resultater i tabelrapporten, bilag 1.

Bekymring

Næsten halvdelen af danskerne (48 %) er bekymrede for, om offentlige myndigheder og private virksomheder har adgang til deres personfølsomme oplysninger

Diagram 1: Bekymring viser, at en stor del af danskerne er bekymrede for, om private virksomheder og offentlige myndigheder har adgang til personfølsomme oplysninger om dem. Næsten 50 % af respondenterne i undersøgelsen siger, at de er bekymrede, mens kun 24 % siger, at de ikke er bekymrede.

De unge er mindre bekymrede end de ældre

Tabel 2 (bilag 1) viser, at det især er de ældre mellem 50 og 70 år, som er bekymrede for, hvem der har adgang til deres personfølsomme oplysninger. De unge mellem 18 og 34 år er signifikant mindre bekymrede end de ældre.

Perspektiv

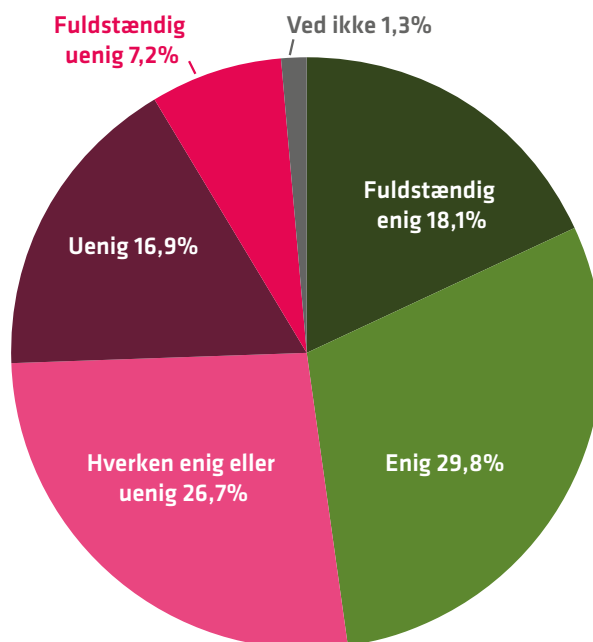
Undersøgelsen viser, at det offentlige står over for andet end tekniske udfordringer, når den fællesoffentlige digitaliseringsstrategi skal gennemføres i 2016-2020. Det offentlige virksomheder står også over for en befolkning, som er bekymrede for digitaliseringens konsekvenser.

Digitaliseringsstrategien for 2011-2015, som er et samarbejde mellem regeringen, kommuner og regioner, indeholder ingen mål vedrørende borgernes kendskab, forståelse og holdninger til digitaliseringen. Meget tyder på, at det er væsentlige emner at skabe dialog omkring, hvis befolkningen skal være tryk ved digitaliseringen.

Offentlige myndigheder kan overveje, om det er tilfredsstillende, at 50 % af danskerne er bekymrede for, hvem der har adgang til deres personlige oplysninger, når det offentlige indtil videre har været i gang med sit digitaliseringsprojekt i femten år.

Diagram 1: Bekymring

"Jeg er bekymret for, om offentlige myndigheder og private virksomheder har adgang til personfølsomme oplysninger om mig".



Tillid

70 % har i nogen eller høj grad tillid til at offentlige myndigheder beskytter de personfølsomme oplysninger, der indsamles

Diagram 2: Tillid viser, at næsten 70 % af danskerne i høj eller nogen grad har tillid til, at offentlige myndigheder beskytter de personfølsomme oplysninger, som de indsamler om borgerne. 27,4% har i mindre grad eller slet ikke tillid. Det tyder på, at danskerne på trods af en relativt stor bekymring for, at personfølsomme oplysninger registreres og gemmes, også har stor tillid til de offentlige myndigheders evne til at beskytte oplysningerne.

En fjerdedel har ikke tillid til at det offentlige beskytter personfølsomme oplysninger

Det er værd at bemærke, at gruppen af danskere med lav tillid til det offentlige udgør over en fjerdedel af befolkningen – altså ikke en ubetydelig gruppe.

Danskere med lav tillid, er mere bekymrede for, at andre har adgang til deres personfølsomme oplysninger

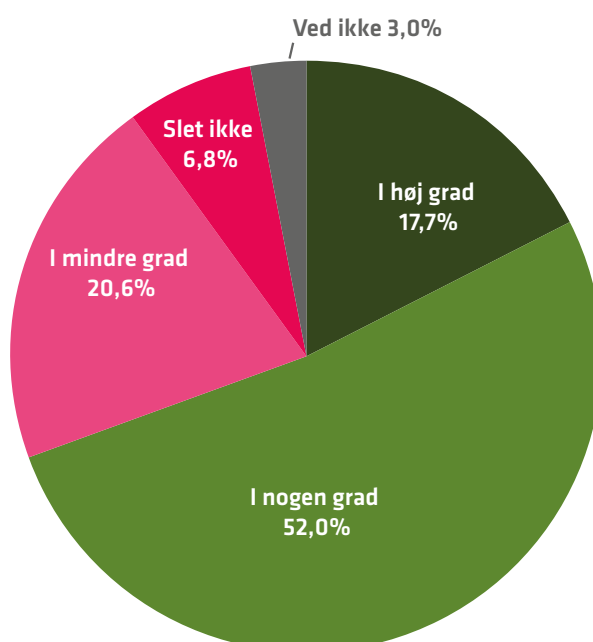
Tabel 4 (bilag 1) viser, at de, som ikke har tillid til, at det offentlige beskytter deres oplysninger, også er mere bekymrede for, hvem der har adgang til deres data. De danskere, der bemærker indsamling af personfølsomme oplysninger, er også mere bekymrede og har mindre tillid til, at det offentlige beskytter de oplysninger, som de indsamler.

Perspektiv

Digitaliseringen skaber nogle nye situationer, som påvirker tilliden mellem borger og stat. Tidligere undersøgelser har vist, at andelen af danskere, som har generel tillid til den offentlige administration er 77%. Tilliden falder altså en smule, når danskerne skal forholde sig specifikt til beskyttelse af deres personfølsomme oplysninger. Derfor tyder denne undersøgelse på, at offentlige virksomheder står over for en udfordring for at skabe og bevare tillid i en stadig mere digitaliseret relation til borgerne.

Diagram 2: Tillid

Har du tillid til, at offentlige myndigheder beskytter de personfølsomme oplysninger, de indsamler om dig?



Ansvar

Størstedelen af danskerne (67 %) mener, at det hovedsagligt eller udelukkende er det offentliges ansvar at oplyse om indsamling af oplysninger

Diagram 3: Ansvar viser, at 66,9% af danskerne mener, at det er det offentliges ansvar helt eller hovedsageligt at sørge for, at borgerne ved, når der registreres personfølsomme oplysninger om dem på nettet.

Næsten en fjerdedel (24,3%) mener, at det både er myndighedens og borgerens ansvar. Det resultat er bemærkelsesværdigt i betragtning af, at dansk lovgivning pålægger myndigheden (eller hvem som helst, der ejer en hjemmeside) at oplyse om, hvornår de indsamler og gemmer oplysninger. Det kunne med andre ord tyde på, at det offentlige ikke har været gode nok til at gøre det klart, at det er deres ansvar, at borgerne ved, når der registreres oplysninger om dem.

De unge er mere tilbøjelige til at tage ansvar end de ældre

Tabel 6 (bilag 1) viser, at det især er de 18-34-årige, som mener, at det både er borgernes og den offentlige myndigheds ansvar, at borgerne ved, hvornår der registreres oplysninger om dem. De 50-70-årige mener derimod i højere grad end de andre alderskategorier, at det er myndighedens ansvar alene.

Perspektiv

Resultatet kan pege på et skred i opfattelsen af forholdet mellem borger og stat i de yngre generationer sammenlignet med de ældre. Hvis man skal gætte på, hvad der ligger bag tallene, er det en nærliggende tanke, at de unge i højere grad ser internettet som et personligt sted, hvor man selv har ansvar for, hvad og hvor meget man deler online.

På sin vis er det en positiv ting, at vi tager ansvar for vores digitale adfærd. Men i lyset af, at det offentlige har oplysningspligt, er det interessant, at de unge tager delvist ansvar for noget, som rent faktisk ikke er deres ansvar. Det kan være et udtryk for generel uvidenhed om dansk lovgivning på området, men det kan også handle om, at de unge i højere grad end de ældre ønsker at have en del af ansvaret for – og dermed kontrollen med – hvad de bør vide om digital overvågning.

Diagram 3: Ansvar

Hvem har ansvaret for, at en borger ved, at en offentlig myndighed registrerer personfølsomme oplysninger?



Opmærksomhed

Kun 17 % af danskerne har inden for det seneste år bemærket, at en offentlig myndighed har gemt eller indsamlet personfølsomme oplysninger om dem

Diagram 4: Opmærksomhed viser, at kun 17 % af danskerne har bemærket, at en offentlig myndighed har registreret personfølsomme oplysninger om dem på nettet, mens næsten halvdelen ved, at der generelt registreres oplysninger om dem, når de færdes på nettet. 27,9 % er slet ikke klar over, at der registreres personfølsomme oplysninger om dem, når de færdes online.

En stor del af de danskere, der bemærker, at deres oplysninger registreres, har også mindre tillid og er mere bekymrede for indsamling

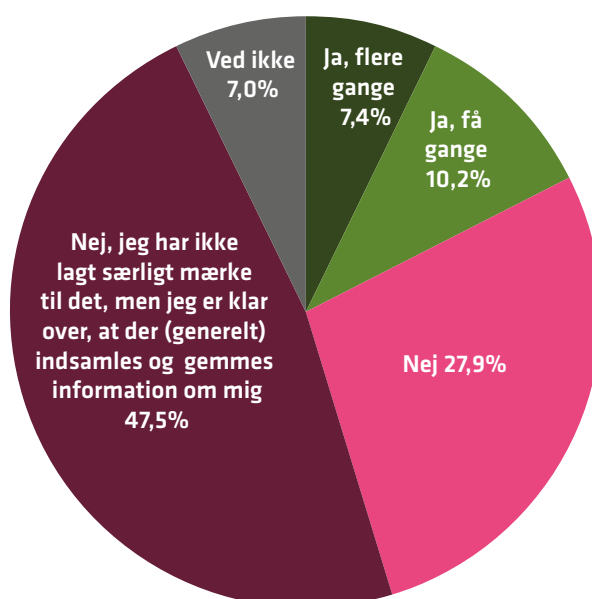
Tabel 8 og 9 (bilag 1) viser, at de personer, der har bemærket, at offentlige myndigheder har registreret deres oplysninger, både er mere bekymrede over, hvem der har adgang til deres oplysninger, og har mindre tillid til, at det offentlige beskytter deres oplysninger.

Perspektiv

Resultatet er interessant, fordi alle offentlige virksomheder har oplysningspligt, når de indsamler oplysninger om brugeren af hjemmesiden – fx med en pop op-meddelelse på siden, som informerer om cookies. Det betyder, at danskerne bliver gjort opmærksom på, at der indsamles oplysninger om dem, hver gang de besøger en offentlig hjemmeside, og at de i den forbindelse aktivt trykker på en OK-knap. Alligevel er der kun knap en femtedel, som har bemærket det. Derudover er de, der rent faktisk har bemærket, at deres oplysninger er blevet registreret, også mere bekymrede. Det kunne tyde på, at måden, det offentlige kommunikerer om indsamling af oplysninger, ikke er effektiv og givetvis bør suppleres med en bredere oplysningsindsats.

Diagram 4: Opmærksomhed

Har du inden for det sidste år bemærket, at en offentlig myndighed har indsamlet eller gemt personfølsomme oplysninger om dig?



Oplysning

Kun 18 % mener, at offentlige myndigheder tydeligt oplyser, hvornår de indsamler eller anvender borgernes data

Diagram 5: Oplysning viser, at kun 18 % af danskerne mener, at offentlige myndigheder tydeligt oplyser, hvornår de indsamler og bruger data om borgerne. 40 % synes ikke, at de bliver tilstrækkeligt oplyst. Det er også værd at bemærke, at gruppen, som har svaret 'hverken enig eller uenig' og 'ved ikke', tilsammen udgør 42,4 %. Der er altså en meget stor andel af danskerne, som enten ikke er i stand til at tage stilling til, om de føler sig tilstrækkeligt oplyst, eller som ikke kender situationer, hvor det offentlige indsamler og bruger borgernes data.

Danskere, der oplever, at de bliver tydeligt oplyst om indsamling, har også større tillid og er mindre bekymrede

Tabel 11 og 12 (bilag 1) viser, at de, som føler sig tilstrækkeligt oplyst om, at deres oplysninger bliver registreret, både er mindre bekymrede over, hvem der har adgang til deres oplysninger, og at de har større tillid til, at det offentlige beskytter deres oplysninger.

Perspektiv

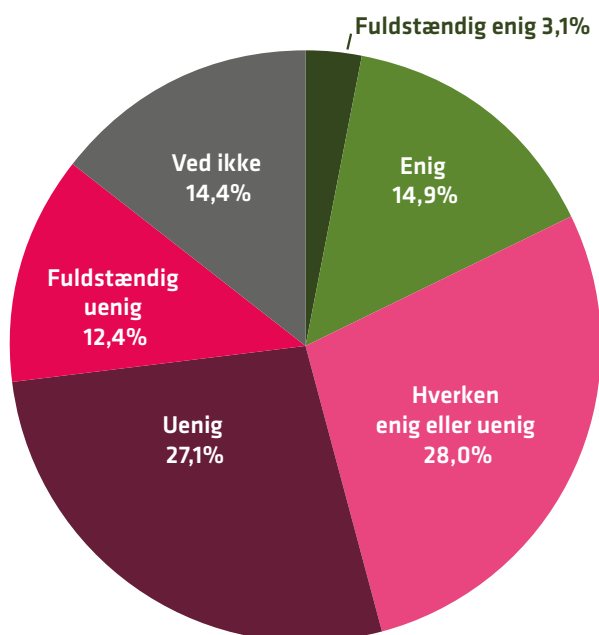
Det offentlige har oplysningspligt, og danskerne informeres derfor altid, hvis der bliver indsamlet oplysninger om dem, når de bruger en offentlig hjemmeside. Tallene i tabel 11 og 12 (bilag 1) er interessante, fordi undersøgelsen også peger på, at de, som har bemærket, at deres oplysninger er blevet registreret, har mindre tillid til, at det offentlige beskytter deres data. At man bemærker registrering af oplysninger er altså ikke det samme, som at man føler sig tilstrækkeligt oplyst om det.

Tallene peger på, at man måske kan komme noget af danskernes bekymring til livs ved at forbedre måden, man informerer dem om, at deres oplysninger bliver registreret, og hvordan oplysningerne bruges. Der er også noget, der tyder på, at oplysningen skal foregå et andet sted end i selve brugersessionen (dvs. når borgeren besøger en hjemmeside og fx accepterer cookies for at bruge siden), fordi borgerne simpelthen ikke bemærker, når det sker.

Hvis det offentlige ønsker folkelig mandat til sit digitaliseringsprojekt, skal befolkningen inddrages i en overordnet debat og dialog om, hvornår overvågning og indsamling af personfølsomme oplysninger er nødvendig og acceptabel. Og det kan ikke ske i et pop op-vindue på en hjemmeside.

Diagram 5: Oplysning

"Jeg oplever, at offentlige myndigheder tydeligt oplyser, hvornår de indsamler og bruger mine data".



Dataindsamling i sociale medier

Næsten halvdelen af danskerne (47 %) mener ikke, at de er velinformede om, at deres personlige oplysninger kan sælges til andre, når der kommunikeres med offentlige myndigheder via sociale medier

Diagram 6: Videre salg viser, at næsten halvdelen (46,7 %) af danskerne ikke føler sig velinformede om, at deres oplysninger kan sælges videre, når de kommunikerer med det offentlige via sociale medier. Kun 32,4 % siger, at de føler sig velinformede.

Flere unge end ældre er velinformede om videre salg

Tabel 14 (bilag 1) viser, at der er signifikant flere danskere i aldersgruppen 18-34 år end i resten af befolkningen, som føler sig velinformede om, at deres oplysninger kan sælges videre, når de kommunikerer med det offentlige via sociale medier.

Perspektiv

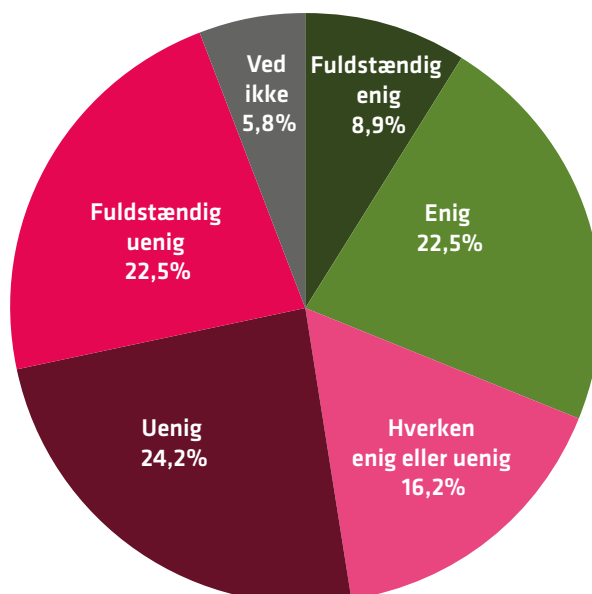
Når du kommunikerer med det offentlige via fx Facebook, kan Facebook registrere og sælge dine oplysninger til virksomheder som ønsker at målrette annoncer og reklamer til specifikke brugersegmenter.

Det er interessant, at signifikant flere unge føler sig velinformede om, at deres oplysninger kan sælges videre – måske fordi de i højere grad er vokset op med internettet og er vant til færdes i en digitaliseret verden. Undersøgelsen viser også, at unge tager mere personligt ansvar for at vide, hvornår der registreres oplysninger om dem på nettet (tabel 6, bilag 1). Set i det lys kan tallene i tabel 14 tolkes som om, at den ansvarsfølelse også betyder, at de unge informerer sig bedre om, hvad der sker med deres oplysninger på nettet. Dog er en anden mulighed, at de ganske enkelt er mere ligeglade end de ældre alderskategorier i undersøgelsen.

Det offentlige har ikke juridisk pligt til at informere om, at borgernes oplysninger kan sælges til andre, når de kommunikerer med det offentlige via en tredjepart – fx Facebook. Men man kan diskutere, om det er tilfredsstillende, at så få føler sig velinformede. Og om det er rimeligt, at man som borger selv skal kunne gennemskue, hvornår og hvilke oplysninger, der kan sælges videre, og af hvem i kommunikationen med det offentlige.

Diagram 6: Dataindsamling i sociale medier

”Jeg er velinformeret om, at mine personlige oplysninger kan sælges til andre, når jeg kommunikerer med offentlige myndigheder via sociale medier”.



Adfærd

En tredjedel af danskerne (30 %) har ændret måden, hvorpå de bruger digitale medier, fordi de er blevet opmærksomme på, hvilke oplysninger andre kan få adgang til

Diagram 7: Adfærd viser, at 30,6 % - dvs. næsten en tredjedel - af danskerne har ændret måden hvorpå de bruger digitale medier, fordi de er blevet opmærksomme på, at andre får adgang til deres oplysninger.

Der er især mange, som fremhæver, at de enten bruger sociale medier mindre, eller at de helt har slettet deres profiler på fx Facebook. Der er også relativt mange, der siger, at de er blevet opmærksomme på, hvad de deler og liker på sociale medier, og at de undgår at skrive opslag eller kommentere noget, som de ikke ønsker, at alle skal vide. Endelig er der en del, som fremhæver, at de bruger hemmelige browsere eller søgemaskiner (incognito-funktioner), når de går på nettet, og flere skriver, at de generelt er blevet opmærksomme på, hvad de siger ja til på nettet.

Der er en lille gruppe, der nævner, at de helt afholder sig fra situationer, hvor de ved, at de kan overvåges, fx at de undlader at bruge Rejsekortet og i nogle tilfælde helt undgår offentlig transport.

Bekymring og tillid har betydning for, om man ændrer adfærd

Tabel 16 og 17 (bilag 1) viser, at de, som er mere bekymrede for, at deres oplysninger registreres, og som har mindre tillid til, at det offentlige beskytter deres oplysninger, i højere grad har ændret måden hvorpå de bruger digitale medier.

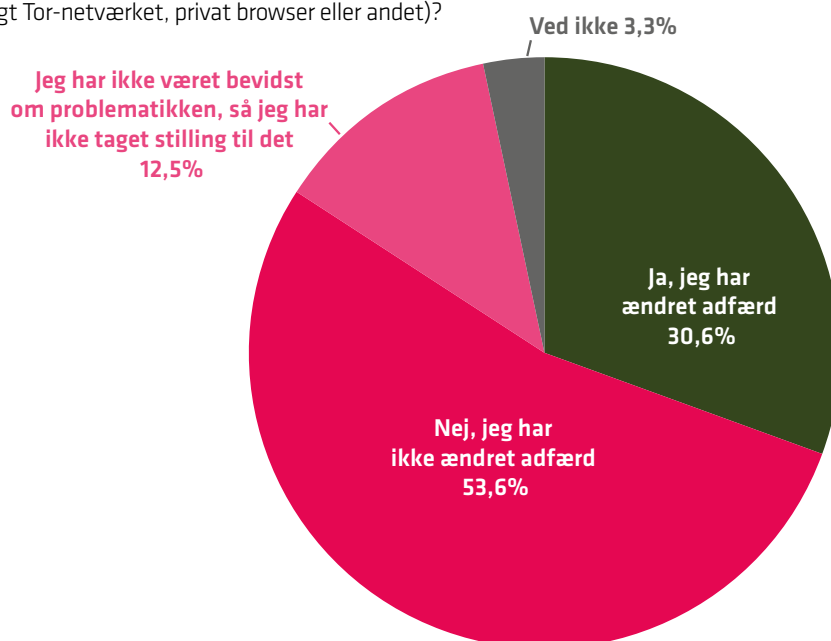
Perspektiv

Egentlig er det et positivt tegn, at danskerne ændrer adfærd i deres digitale liv og tager ansvar for at beskytte deres personfølsomme oplysninger. Set i det lys er det faktisk bekymrende, at kun 30,6 % har ændret deres adfærd. Et mål for det offentlige digitaliseringsprojekt må også være at sikre, at borgerne er bevidste om deres internetadfærd og i stand til at tage de forbehold, der skal til. Men det kræver, at borgerne oplyses om, hvilke muligheder de har for at tage højde for digital overvågning, og som tidligere nævnt er det formentlig ikke klaret med et pop op-vindue.

De 30,6 % der har ændret deres adfærd på nettet, består ikke kun af personer, som bevidst tager forholdsregler, når de er online. De består også af en mindre gruppe, som er stæet helt af over for digitaliseringen - fx ved at slette sociale profiler eller undlade at bruge offentlig transport. Selvom det ikke er en betydelig andel af befolkningen, må det stadig ses som et udtryk for, at der både hersker en vis grad af mistillid og misforståelser om overvågning i dele af befolkningen.

Diagram 7: Adfærd

Har du ændret måden, du bruger digitale medier, fordi du er blevet opmærksom på, hvilke oplysninger andre får adgang til (fx undgået at bruge sociale medier, slettet cookies og historik på din computer, brugt Tor-netværket, privat browser eller andet)?



Stillingtagen

I undersøgelsen indgik to eksempler på situationer, hvor det offentlige har adgang til indsamlede data om borgerne.

- Rejsekortet
- Teleselskaber.

Formålet med at spørge til de konkrete eksempler var at undersøge, om danskerne kan tage stilling til formålet med dataindsamling.

Danskerne er splittede i spørgsmålet om, hvorvidt oplysninger om rejser må gemmes

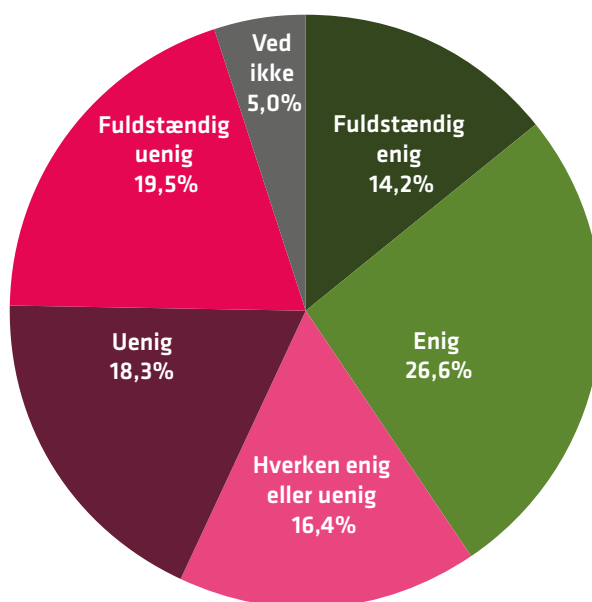
Respondenterne blev præsenteret for følgende tekst:

”Når du bruger Rejsekortet til offentlig transport, gemmes oplysninger om alle dine rejser i 5 år. Disse oplysninger kan gøres tilgængelige for fx politiet. Oplysningerne kan også bruges til at overvåge rejsemønstre og identificere snyd.”

Diagram 8: Rejsekortet viser, at danskerne er splittede i deres holdning til, at det offentlige kan få adgang til oplysninger om deres rejser med Rejsekortet i 5 år: 40,8 % synes, at det er i orden, at oplysningerne gemmes i 5 år, og 37,8 % synes ikke, at det er i orden.

Diagram 8: Rejsekortet

”Jeg synes, at det er i orden, at offentlige myndigheder kan få adgang til oplysninger om borgernes rejser i 5 år”.



Danskerne er splittede i spørgsmålet om, hvorvidt oplysninger må indhentes fra teleselskaber

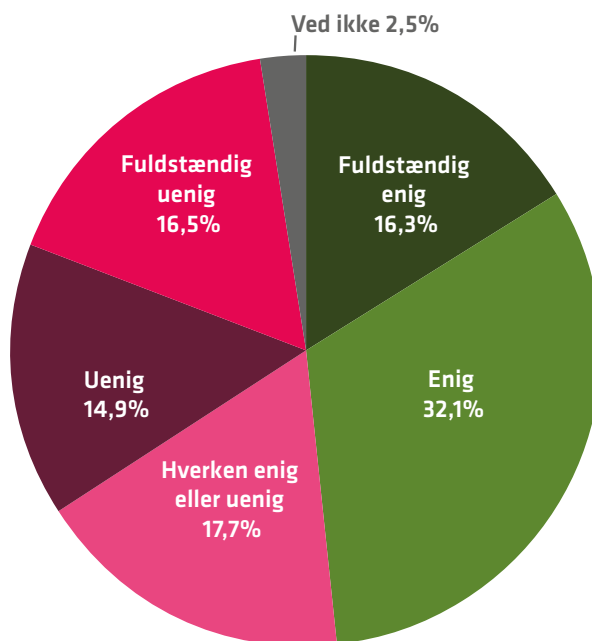
Respondenterne blev præsenteret for følgende tekst:

”Dit teleselskab gemmer oplysninger om alle sms'er og opkald i et år (telefonnumre, tid og sted for opkald og beskeder). Oplysningerne kan udleveres til blandt andet politiet til efterforskning, fx i sager om grov kriminalitet.”

Diagram 9: Teleselskab viser, at 48,4% - dvs. næsten halvdelen – af danskerne synes, at det er i orden, at offentlige myndigheder kan indhente oplysninger om dem fra deres teleselskab. Kun 31,4% synes ikke, at det er i orden.

Diagram 9: Teleselskab

”Jeg synes, at det er i orden, at offentlige myndigheder kan indhente oplysninger om mig fra mit teleselskab.”



De, der kender til eksemplerne, er mere villige til at acceptere overvågning

Tabel 21 og 22 (bilag 1) viser, at de, der kendte til de to eksempler forud for undersøgelsen, også har større tendens til at sige ok til, at deres oplysninger kan indhentes og gemmes end de, der ikke kendte eksemplerne i forvejen.

Af dem, der kendte eksemplet med Rejsekortet forud for undersøgelsen, synes 49,3 % at det er ok, at oplysningerne gemmes i 5 år, mens det samme kun gælder for 26,7 % af dem, som ikke kendte eksemplet i forvejen.

Af dem, som kendte eksemplet med teleselskaberne i forvejen, synes 59,2 %, at det er ok, at deres oplysninger kan indhentes fra deres teleselskab, mens det samme kun gælder for 35,8 % af dem, som ikke kendte eksemplet i forvejen.

Danskerne kan tage stilling og er skeptiske

Vi ønskede at undersøge, om danskerne forholdt sig forskelligt til overvågning, når de blev bedt om at forholde sig til spørgsmålet generelt og på baggrund af konkrete eksempler. Derfor påvirkede vi respondenterne til at tænke over særlige formål med overvågning i spørgsmålene om rejsekort og teleselskaber. Det gjorde vi for at få svar på to spørgsmål:

- Kan respondenterne tage stilling til konkrete eksempler af principiel karakter på overvågning og indsamling af data?
- Har formålet med indsamling af data betydning for respondenternes holdning?

Svaret på begge spørgsmål er ja. Diagram 1: Bekymring viser, at ca. halvdelen af danskerne generelt er bekymret for, at det offentlige indsamler personlige oplysninger.

Når danskerne bliver præsenteret for et formål med at overvåge, så falder bekymringen tilsyneladende. Ca. 40 % synes, at det er i orden at, data indsamles og gemmes i fem år, hvis formålet er at forhindre snyd.

Ca. 48 % mener, at det er i orden, at det offentlige kan få adgang til teleselskabernes registreringer, hvis formålet er at bruge data i efterforskning af fx grov vold.

Vi kan selvfølgelig ikke vide, om de, der accepterer overvågning, når de kender formålet, også er ubekymrede for overvågning – vi ved kun, at lidt flere er villige til at acceptere den.

37,8 % af danskerne er imod overvågning, også når de kender formålet.

Danskerne er altså generelt skeptiske over for digital overvågning, også selvom de forholder sig til konkrete eksempler, hvor formålet med at overvåge er at forhindre grov kriminalitet eller snyd.

DEL 2: SITUATIONSFORSTÅELSE

I undersøgelsen blev respondenterne præsenteret for et skærmbillede fra DR's hjemmeside, hvor man under valgkampen i juni 2015 havde mulighed for at sammensætte sin egen regering af de venner, som man har på Facebook. Besøgende på siden blev mødt med følgende formulering:

”Bare rolig. Vi poster ikke noget automatisk, og vi gemmer ikke noget data om dig eller dine venner.”

Respondenterne blev bedt om at vurdere, om teksten betød, at DR, Facebook eller begge parter gemmer data om brugerne eller ej.



Billedet viser, hvordan DR præsenterede deres gimmick "Min regering" på deres hjemmeside. Den kørte i perioden frem til folketingsvalget den 18. juni 2015.

DR kommunikerede uklart om Facebooks dataindsamling

DR indsamlede ikke oplysninger om deltagerne i quizzzen, men fordi man sammensatte sin regering via en facebook-app, så fik Facebook adgang til oplysninger om brugeren og brugerens venner. Det var der kun 53,5% af respondenterne i undersøgelsen, som forstod på formuleringen på hjemmesiden. 38,9% troede ikke, at Facebook gemte data om dem. Resten har ikke taget stilling til spørgsmålet.

Perspektiv

Hvis 46,5% misforstår (eller ikke kan tage stilling til) en teksts indhold, så er det vel fair at sige, at DR ikke lykkedes med at kommunikere klart. Misforståelserne kan skyldes formuleringen: ”Bare rolig. Vi poster ikke noget automatisk, og vi gemmer ikke noget data om dig eller dine venner”. En formulering, der ikke har en tydelig afsender. Det er altså uklart, om det er DR eller Facebook, som ikke gemmer data. Det er problematisk, fordi det betyder, at mange har deltaget i quizzzen under falske forudsætninger.

DR har ikke pligt til at oplyse om, at Facebook gemmer brugernes data. Men når DR vælger at informere brugerne om, at de ikke indsamler data, kan man diskutere, om det er tilfredsstillende, at budskabet bliver misforstået af så mange.

DEL 3: BEGREBSFORSTÅELSE

Respondenterne blev spurgt om deres kendskab til fire ord, der ofte anvendes, når internetbrugere informeres om, at der indsamles data om dem på nettet:

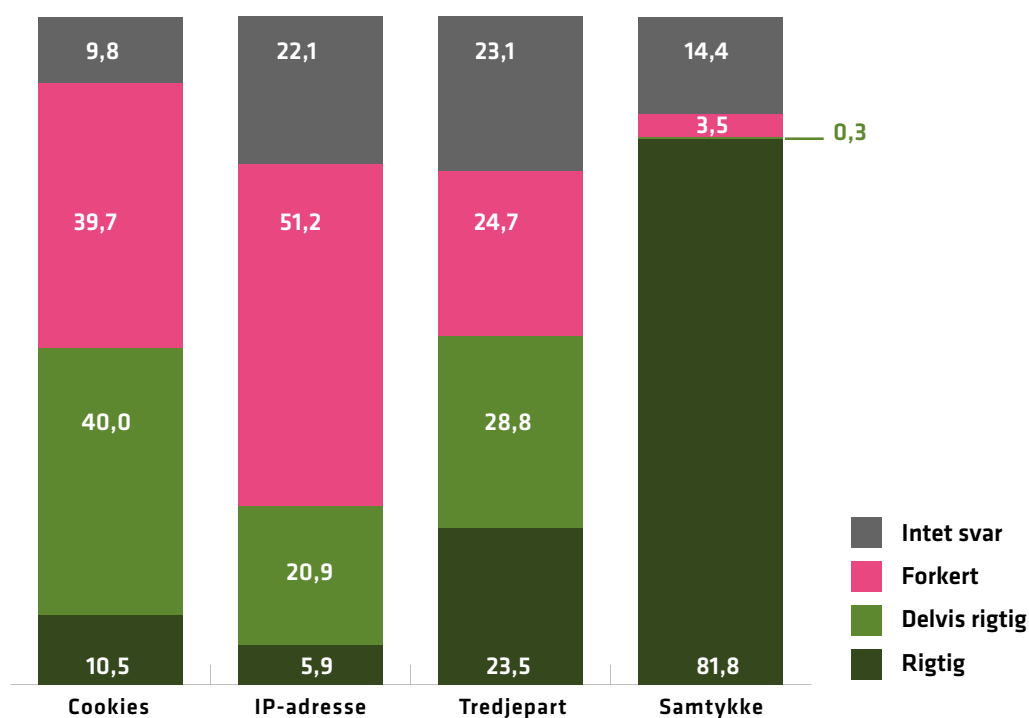
- cookies
- IP-adresse
- tredjepart
- samtykke.

I databehandlingen har Bjerg K vurderet hver besvarelse og kodet den som enten rigtig, delvis rigtig eller forkert. Kriterierne for en rigtig eller delvis rigtig forståelse er uddybet under hvert ord i det følgende. Diagrammerne viser de samlede besvarelser, altså både de, der ikke kendte betydningen af et ord (intet svar) og de, der har beskrevet betydningen af ordet og enten har beskrevet det rigtigt, delvis rigtigt eller forkert.

Resultaterne – kort

Et stort flertal svært ved at forstå centrale ord i de tekster, som vi accepterer digital overvågning på baggrund af. Fire ord blev undersøgt

- IP-adresse: 5,9 % af danskerne forstår ordet. 20,9% forstår det delvist.
- Cookies: 10,5 % af danskerne forstår ordet. 40% forstår det delvist.
- Tredjepart: 23,5% af danskerne forstår ordet. 28,8% forstår det delvist.
- Samtykke: 81,8% af danskerne forstår ordet. 0,3% forstår det delvist.



På de næste sider kan du læse mere detaljeret om begrebsforståelse, og hvordan vi har defineret, om et ord er rigtigt forstået.

Cookies

Respondenterne blev præsenteret for følgende sætning: ”Vi anvender **cookies** på vores hjemmeside for at indsamle statistik og for at sikre, at indhold og funktioner bliver vist korrekt.”

I vurderingen af besvarelserne har vi taget udgangspunkt i Erhvervsstyrelsens definition af cookies:

”En cookie er en lille tekstfil, der giver mulighed for at lagre oplysninger, eller tilgå allerede lagrede oplysninger på brugerens pc, smartphone, tablet eller lignende, med det formål at indhente data om brugeren.”

Erhvervsstyrelsen inddeler cookies i fem kategorier:

- Nødvendige cookies, som sikrer funktionalitet på hjemmesiden.
- Præference-cookies, som understøtter brugerens egne indstillinger.
- Drifts- og optimeringscookies, som bruges til at styre webtjenesten og f.eks. tilføje kundefeedback og indsamle data til brug for webanalyse.
- Marketing-cookies, som bruges til følge besøgende hen over flere webtjenester.
- Marketing-cookies, som bruges til at følge en brugers browsingvaner og aktivitet for at kunne vise individuelt tilpasset indhold.

Eksempler på besvarelser

Vi har vurderet besvarelser som rigtige, hvis cookies beskrives som noget, der installeres på egen computer/enhed, og som indsamler data om brugen af hjemmesiden eller internettet generelt.

Rigtig forståelse: eksempler

- ”Cookies er et usselt lille redskab, hjemmesiderne efterlader på din PC, som samler oplysninger ind om, hvilke andre sider du besøger, og hvad du klikker på”
- ”At der gemmes en lille fil på pc'en, der kan lagre og logge forskellige informationer – bl.a. om hvilke netsider man ellers besøger”
- ”Små programstumper der lagres lokalt på pc'en med oplysninger om bl.a., hvad/hvilke sider der kigges på på websiden”
- ”Program der lægger sig på brugerens computer og gemmer oplysninger om ens besøg på en bestemt hjemmeside, og hvad man har benyttet hjemmesiden til”
- ”Cookies er en stump kode der installeres på ens computer som så f.eks. senere kan bruges til at vise samme reklamer på andre sider”.

Vi har vurderet besvarelser som delvist rigtige, hvis respondenterne har forstået (dele af) cookies' funktioner, men ikke nødvendigvis at det er filer, som gemmes på ens egen computer.

Delvis forståelse: eksempler

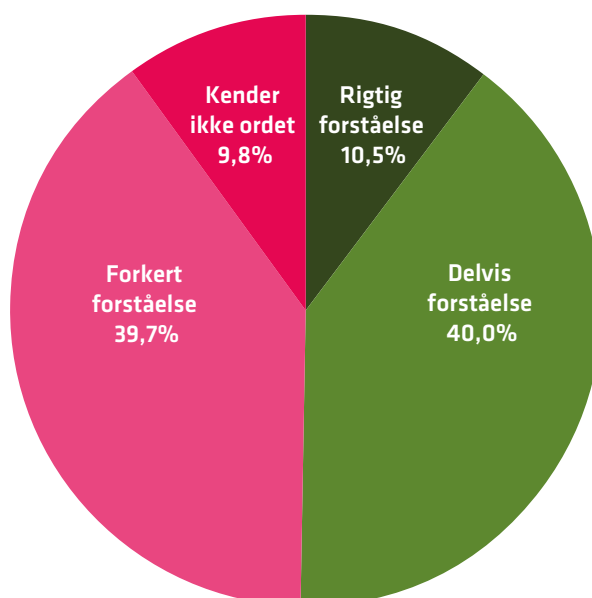
- ”Overvågning så firmaer kan sende de rette reklamer til mig”
- ”Information om, hvordan jeg benytter siden (og måske endda også indtastet information, den gemmer min IP-adresse)”
- ”Små programmer, der indsamler oplysninger”
- ”Sporing af internetadfærd”
- ”Tekstfil der lagrer data”.

Vi har vurderet besvarelser som forkerte, når respondenterne har brugt metaforer alene til at forklare cookies, fx 'fodspor', 'fodaftryk' eller 'sladrehanke', eller hvis de fx har sat lighedstegn mellem cookies og reklamer uden at forklare sammenhængen.

Forkert forståelse: eksempler

- "De kan se min mailadresse og kan den vej kontakte mig"
- "Ja, bortset fra at det betyder småkage, ved jeg i det i grunden ikke, men jeg har bare set det og troet, at det var noget, man skulle acceptere"
- "Det er digitale fodaftryk"
- "Reklamer"
- "Sladrehanke som fortæller, hvordan man agerer på sin PC".

Cookies



Kun få ved, hvad cookies er

Diagrammet viser, at 49,5 % af danskerne enten svarer, at de ikke ved, hvad ordet cookies betyder eller giver en forkert forklaring, når de skal forklare ordet. Kun 10,5 % har en fuldstændig korrekt forståelse af ordet.

Blandt både de rigtige og forkerte beskrivelser af ordet cookies fokuserer 10,4 % af respondenterne udelukkende på, at cookies, der har til formål at målrette reklamer. Cookies har dog ofte det formål at få en hjemmeside til at fungere optimalt på en computer. Det formål er mindre kendt, hvilket kan give misforståelser, når fx offentlige virksomheder beder brugerne om at acceptere cookies.

IP-adresse

Respondenterne blev præsenteret for følgende sætning: ”Vi registrerer automatisk login- og log ud-tidspunkter, **IP-adresse** samt data vedrørende dine bevægelser mellem forskellige sider og tjenester”.

I vurderingen af besvarelsene har vi taget udgangspunkt i Den Danske Ordbogs definition af IP-adresse:

”Et unikt nummer som bruges til at identificere en computer, printer e.l. i et datanetværk; nummeret består af fire talsekvenser af op til tre cifre med punktum imellem. Standarden siden 1980'erne er version 4, men version 5 er også i brug. Alle maskiner på Internettet kan kommunikere med hinanden, fordi de hver især har et særligt kendennummer, en såkaldt IP-adresse (IP står for Internet Protocol).”

Vi har suppleret den Danske Ordbogs definition med TDC's definition af en IP-adresse:

”Når din router sender information ud af dit netværk, sker det gennem en ekstern IP-adresse. Al information, der bliver sendt ud gennem routeren, benytter altså samme IP-adresse. Hver computer inde på netværket kommunikerer med routeren gennem en intern IP-adresse, som routeren tildeler hver computer fra gang til gang, medmindre du gør din IP-adresse fast.”

Eksempler på besvarelser

Vi har vurderet besvarelser som rigtige, hvis respondenterne både har kendt formålet med en IP-adresse (kommunikation mellem enheder på internettet) og vidst, at IP-adresser knytter sig til internetforbindelsen og ikke til selve computeren/enheden.

Rigtig forståelse: eksempler

- ”IP-adressen er den personlige adresse, min PC benytter, når den færdes på nettet. Kan spores tilbage til mit abonnement/bopæl”
- ”Min computers unikke adresse. Hvis min IP-adresse ikke er flydende, kan al min færden spores via IP-adressen”
- ”Alle internetbrugere får tildelt en IP-adresse, hvilket fungerer som et telefonnummer. IP-adressen kan godt skifte for den enkelte bruger, hvis der bliver brugt dynamisk IP-adresse”
- ”Den netværksadresse, der er tildelt den enhed, jeg benytter til at tilgå det lokale netværk. Denne tildeling kan være manuel eller ”automatisk” ved, at der er en DHCP-server på netværket”
- ”IP-adresse (internetprotokoladresse) er en ”givet” IP-adresse til f.eks PC, mobil, tablet, TV mm. IP-adressen kan skifte alt efter, hvordan ens netværk er bygget op, og hvis man logger på et andet netværk. Man kan sætte PC til at have en fast IP-adresse.”

Vi har vurderet besvarelser som delvist rigtige, hvis respondenterne har kendt enten (dele af) formålet med en IP-adresse eller vidst at det er et unikt nummer/adresse, som er tilknyttet en computer/enhed på internettet.

Delvis forståelse: eksempler

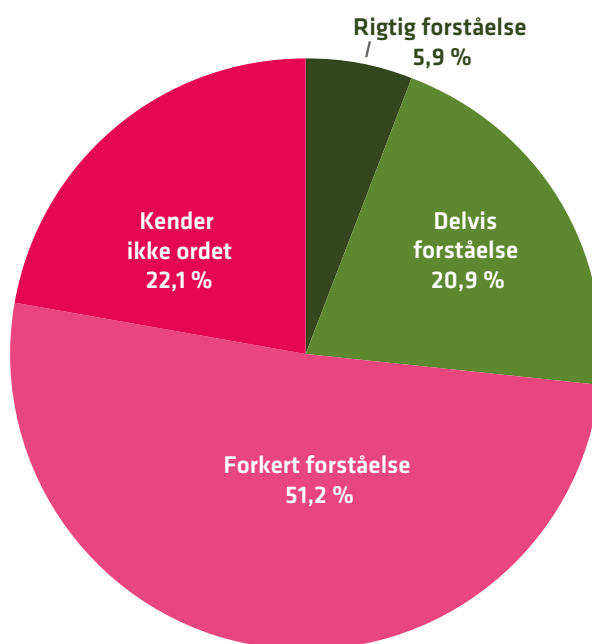
- ”Det er nogle tal ift., hvilket netværk og computer jeg benytter”
- ”En adresse tilknyttet min computer, så man kan skelne dens aktivitet fra andre”
- ”Ottecifret kode, der er tilknyttet min ”indgang” til internettet”
- ”IP-adressen er knyttet til en specifik internetforbindelse om kan derfor spores”
- ”Min computers adresse, så det kan overvåges, hvorvidt der downloades ulovligt. Men også at min pc overhovedet kan fungere på et netværk.”

Vi har vurderet besvarelser som forkerte, hvis respondenterne hverken har kendt formålet med en IP-adresse eller vidst, at det er et unikt nummer/adresse, som er tilknyttet en computer/enhed på internettet.

Forkert forståelse: eksempler

- "Det er ens personlige varemærke på nettet"
- "Det er identiteten på MIN pc"
- "Det er min pc's "nummerplade"
- "Det er vores elektroniske adresse, ligesom vi har en postadresse"
- "e-Boks-adresse + evt. mailadresse"
- "Domæneadresse for hjemmeside."
- "En IP-adresse er min pc's digitale underskrift"
- "En IP-adresse er noget med vores mailadresse"
- "Hvor du bor"
- "Min computer".

IP-adresse



Mange har misforstået, hvad en IP-adresse er

Mange af respondenterne kender ikke betydningen af ordet IP-adresse. Kun 26,7% kender – helt eller delvist – betydningen af ordet, mens de fleste (51,2%) siger, at de kender betydningen, men giver en forkert eller meget mangelfuld forklaring på ordet. 22,1% svarer, at de slet ikke ved, hvad ordet betyder.

Der er mange af respondenterne, der beskriver IP-adressen som computerens adresse, cpr-nr., telefonnummer eller lignende, og de viser altså, at de ved, at der er tale om et særligt nummer, der kendetegner deres enhed. De er dog ikke klar over, at der er tale om en talkode, der er knyttet til computerens/enhedens internetforbindelse.

Tredjepart

Respondenterne blev præsenteret for følgende sætning: "Websitet anvender cookies til at huske dine indstillinger og statistik. Denne information deles med **tredjepart**".

I vurderingen af besvarelserne har vi taget udgangspunkt i sproget.dk's definition af tredjepart:

- 1 *Person el. andet der er den tredje part i et forhold el. en relation.*
- 2 *Jur.; person, virksomhed el. andet der er (mere eller mindre) udenforstående part i en sag, et forhold e.l.*

Synonym: Tredjemand

Eksempler på besvarelser

Vi har vurderet besvarelser som rigtige, hvis respondentens beskrivelse af tredjepart har lignet sproget.dk's, og/eller hvis respondenterne har forklaret, hvad det betyder, at information deles med en tredjepart.

Rigtig forståelse: eksempler

- "3. part er en samarbejdspartner eller en, som man sælger oplysninger til"
- "Andre end mig og virksomheden – dvs. at dine oplysninger kan blive solgt eller givet videre"
- "Det betyder, at de videregiver informationer indsamlet ved hjælp af deres cookies, så andre hjemmesider også kan vise eksempelvis relevante reklamer om produkter, jeg har søgt på"
- "At oplysningerne deles med andre end mig og den hjemmeside, jeg besøger"
- "Det er andre end dig og den hjemmeside, du besøger. Du har ingen viden om hvem, medmindre de direkte oplyser det".

Vi har vurderet besvarelser som delvist rigtige, hvis respondenterne udelukkende har fokuseret på en specifik type tredjepart – fx en som køber oplysningerne – men ikke nævner, at der også findes andre typer.

Delvis forståelse: eksempler

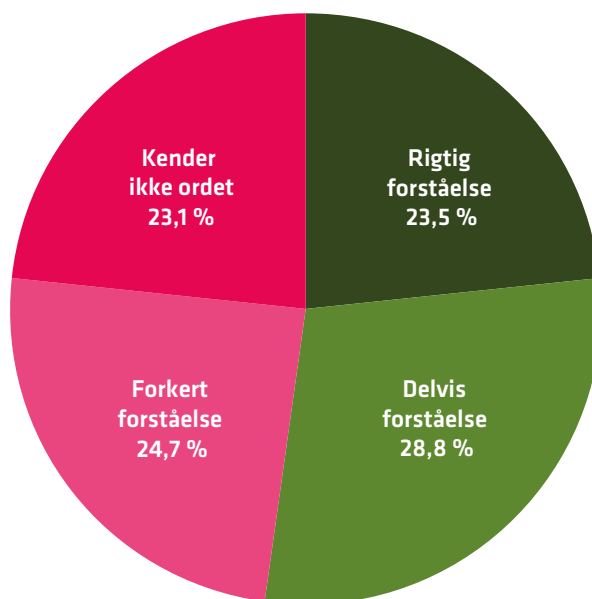
- "At de kan videresælge oplysninger om min internetfærden"
- "At oplysninger bliver solgt, så jeg får bannerreklamer"
- "Gætter på, at det er firmaer, der vil tilpasse reklamer til mig"
- "Jeg er den ene part, hjemmesiden er den anden part, tredjepart er de røvhuller, som hjemmesiden sælger mine info til"
- "Oplysningerne kan sælges til firmaer med et kommercielt formål".

Vi har vurderet besvarelser som forkerte, hvis respondenterne har forklaret tredjepart som en udefineret, ikke afgrænset gruppe. I vores definition er tredjepart en defineret gruppe, som andenpart har en relation til – også selvom man som bruger af hjemmesiden ikke ved, hvem det er.

Forkert forståelse: eksempler

- "Alle andre"
- "At andre vil få ens mailadresse ud over parten"
- "At de fx sælger mit navn, adresse osv. til andre firmaer, så de kan kontakte mig"
- "De sender min e-mail videre til andre, så de kan sende spammails med helt ufattelige tilbud, og de sender mange"
- "Det kan være alle. De reklamer man lige pludselig får på mail eller opkald om strøm, abonnementer osv"
- "En fremmed, der ikke er venner eller familie"
- "Personer m.v. der kan udnytte min adresse, uden at jeg har indflydelse på det"
- "Vi sælger alle dine informationer til højstbydende".

Tredjepart



Halvdelen af danskerne ved ikke, hvad tredjepart betyder

52,3 % forstår helt eller delvist, hvad ordet tredjepart betyder, mens 24,7 % har en forkert forståelse af ordet. Tredjepart er det ord, som de fleste af respondenterne i undersøgelsen siger, at de slet ikke ved, hvad betyder. Der er altså i mindre grad end med både ordene cookies og IP-adresse tale om, at respondenterne har forkerte eller mangelfulde forståelser af ordet. Til gengæld er der en relativt stor andel, der slet ikke kender ordets betydning.

Samtykke

Respondenterne blev præsenteret for følgende sætning: ”Ved at anvende sitet giver du dit **samtykke** til, at der placeres cookies på din computer. Du kan altid tilbagekalde dit samtykke ved at slette cookies og undlade yderligere brug af websitet”.

I vurderingen af besvarelserne har vi taget udgangspunkt i sproget.dk's definition af samtykke:

- ”Det at give sin tilladelse til et forslag, en anmodning, en ordning e.l. – især i juridiske sammenhænge
- Det at erklære sig enig i noget
- Synonym: Tilladelse”.

Eksempler på besvarelser

Vi har vurderet besvarelser som rigtige, hvis respondentens beskrivelse af samtykke har lignet sproget.dk's.

Rigtig forståelse: eksempler

- ”Accept”
- ”Tilladelse”
- ”Jeg siger ja”
- ”Tilsagn”
- ”Give lov til”.

Vi har vurderet besvarelser som delvist rigtige, hvis respondenterne ikke nødvendigvis har forklaret ordet samtykke, men i stedet forklaret, hvad de giver samtykke til.

Delvis forståelse: eksempler:

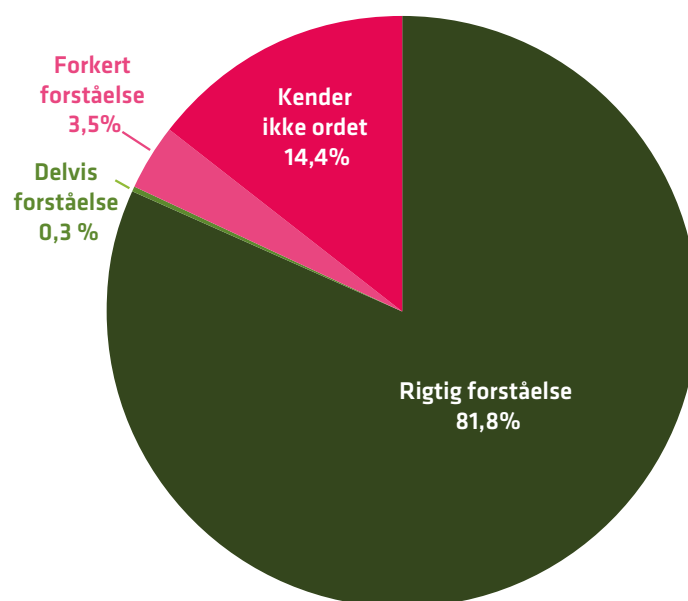
- ”At de må sælge mine oplysninger videre”
- ”At cookies må indsamles”.

Vi har vurderet besvarelser som forkerte, hvis respondenterne har forklaret samtykke, som noget, man er tvunget til at give, og ikke noget, man selv siger ja til.

Forkert forståelse: eksempler

- ”At et firma får adgang til mine oplysninger”
- ”At indsamlede oplysninger må anvendes uden forudgående tilladelse”
- ”At jeg er tvunget til at give dem lov til noget, jeg ikke ønsker”
- ”Samtykke”
- ”Det samme som en troværdighedserklæring”.

Samtykke



De fleste forstår, hvad samtykke er

Størstedelen af respondenterne – 82,1% - har en rigtig eller delvis rigtig forståelse af ordet samtykke, og meget få har en direkte forkert forståelse af ordet. Der er dog 14,4%, der svarer, at de ikke ved, hvad ordet betyder.

Perspektiv

Undersøgelsen peger på en generel udfordring i den offentlige kommunikation for at sikre, at borgerne kan forstå og afkode de tekster, som det offentlige bl.a. bruger til at informere om indsamling af personfølsomme oplysninger.

Når så mange misforstår centrale digitale begreber som cookie, IP-adresse, samtykke og tredjepart, betyder det også, at de fleste danskere dybest set ikke ved, hvad de siger ja til, når de fx trykker OK til at acceptere cookies. Den antagelse bliver også underbygget af undersøgelsens øvrige resultater, som bl.a. viser, at danskerne ikke bemærker, når de bliver oplyst om, at deres oplysninger bliver registreret.

Den udfordring kan sandsynligvis ikke alene løses ved fx at ændre ordlyden eller forklare fremmedord i de standardformuleringer, det offentlige bruger til at informere om indsamling af data. Den skal nok snarere løses i en overordnet oplysningsindsats i forbindelse med det offentliges digitaliseringsstrategi.

ANBEFALINGER TIL OFFENTLIGE VIRKSOMHEDER

Formålet med "Det offentliges digitale overvågning 2015" er at kvalificere den offentlige debat om, hvor grænsen for det offentliges overvågning og indsamling af data går.

Vores undersøgelse peger på, at det er vanskeligt for danskerne at gennemskue, hvem der indsamler oplysninger om os, fx når vi kommunikerer med det offentlige i sociale medier. På samme måde er det uklart for os, hvad vi egentligt accepterer, når vi "accepterer cookies". Det ville også være meget at forlange, at vi som borgere skal gennemskue, hvordan store private virksomheder og offentlige institutioner registrerer vores digitale liv – og hvordan de bruger dataene om os. De offentlige virksomheder har derfor et særligt ansvar for at formidle digitaliseringens konsekvenser og være lydhøre over for borgernes grænser.

Bjerg K anbefaler, at staten og dens offentlige virksomheder opsætter klare mål for at oplyse danskerne om digitaliseringens udvikling og konsekvenser. Det vil være med til at sikre en demokratisk forankring af samfundets digitalisering. Vi ser – på baggrund af vores analyse – fire kommunikationsmål, som det offentlige kan styre efter:

1. Øge befolkningens kendskab

Der er først og fremmest behov for at udbrede kendskabet til digital overvågning og indsamling af personfølsomme oplysninger generelt, og hvilke konsekvenser indsamlingen har for den enkelte. Det kan lyde som et banalt formål, men det er vigtigt, fordi den stigende grad af overvågning fx ændrer den anonymitet og det privatliv, borgerne er vant til i kontakten med det offentlige.

Som samfund har vi tradition for at respektere privatliv og anonymitet. I dag betyder digitaliseringen, at privatlivets fred og den enkeltes anonymitet er noget, som vi skal beskytte, hvis vi mener, at det skal være en del af vores digitale hverdag. Det meget let at overvåge en befolkning, og det er nødvendigt, at vi sætter menneskelige grænser for de digitale muligheder. Hvis befolkningen skal være med til at sætte de grænser, så har det offentlige et ansvar for udbrede kendskabet til overvågningen, som den foregår, hver gang en borger bruger et online medie.

2. Kvalificere befolkningens beslutningsgrundlag

Det offentlige kan med fordel skelne mellem information og oplysning. Det er ikke nok at informere om, hvornår man overvåger. Danskerne skal oplyses om konsekvenserne. Kommunikation om digitalisering og indsamling af personlige oplysninger handler om at oplyse borgerne, så de selv kan danne en holdning. Det handler ikke om at påvirke befolkningen i retning af en bestemt holdning. Derfor er det ikke nok at vide, hvad borgerne synes om digital overvågning og indsamling af personfølsomme oplysninger. Det offentlige har brug for at vide, om den holdning bygger på borgernes reelle viden eller blot mavefølelser.

En forudsætning for, at en demokratisk debat om overvågning lykkes, er, at danskerne forstår de ord og begreber, der bliver brugt om digitaliseringen, og at de kender den lovgivning, som gælder på området. Undersøgelsen viser, at det gør vi i mange tilfælde ikke. Der hersker mange misforståelser om, hvad ord som fx cookie og IP-adresse egentlig betyder, og om hvor ansvaret for at oplyse om digital overvågning ligger.

3. Oplyse i situationer, hvor borgerne er opmærksomme

Danskerne misforstår informationen om indsamling af personlige oplysninger i de situationer, hvor de bliver præsenteret for dem. Vi besøger en offentlig hjemmeside med et andet formål end at forholde os til "cookies". Ligesom vores fokus er et andet sted, når fx DR opfordrer os til at sammensætte en regering af vores Facebook-venner. Der skal selvfølgelig oplyses om indsamling af data i begge disse situationer, men den principielle debat skal foregå i andre sammenhænge, hvor fokus er på digitalisering, overvågning og konsekvenser for privatliv og anonymitet. De offentlige virksomheder bør derfor føre debatten ind i andre sammenhænge. Det bør være et kommunikationsmål at skabe disse situationer.

4. Skabe overvågningsfrie kanaler

Det er et mantra inden for kommunikationsrådgivning, at man "skal møde borgerne, der hvor borgeren er". Det er en udmærket begrundelse for at benytte sociale medier. Vi mener dog, at hvis man vælger at føre den demokratiske samtale (den mellem borger og stat) i et kommercielt medie, som registrerer og potentielt sælger den til andre, så kræver det en ekstra overvejelse. Har det offentlige ikke et ansvar for at tilbyde alternative kanaler til de borgere, som ikke ønsker at overgive deres personlige data til fx Facebook?

Et kommunikationsmål for de offentlige virksomheder kan være at stille overvågningsfrie kanaler til rådighed, hvor man kan tage den åbne dialog med borgerne, uden at der er uvedkommende, som lytter med.

METODE

Resultaterne i rapporten bygger på en spørgeskemaundersøgelse, som Bjerg K har gennemført. Data er indsamlet i et online spørgeskema til en repræsentativ stikprøve. Indsamlingen foregik i perioden 19. juni - 3. juli 2015.

Spørgeskemaet

Spørgeskemaet er udformet af Bjerg K og består af to dele:

- Første del bestod af en række holdningsspørgsmål om respondenternes syn på offentlige myndigheder og overvågning på internettet
- Anden del bestod af række forståelsesspørgsmål for at afklare, om respondenterne forstår de ord og begreber, som bruges i den offentlige digitale kommunikation. Respondenterne blev bl.a. præsenteret for fire ord, der ofte bruges i kommunikation om digital overvågning, og bedt dem forklare, hvad ordene betyder.

Se spørgeskemaet i bilag 2.

Metodiske overvejelser

I udformningen af spørgeskemaet har vi haft følgende metodiske overvejelser:

- Ingen "overvågning" i spørgsmålsformuleringer
- Indledende tekst i holdningsspørgsmål
- Digitale begreber i kontekst.

Ingen "overvågning" i spørgsmålsformuleringer

Vi har valgt ikke at anvende udtrykket "overvågning" i spørgsmålsformuleringer. Ordet er i sig selv negativt ladet, og vi ønskede ikke at påvirke vores respondenter til at indtage en kritisk indstilling som udgangspunkt. I stedet har vi brugt det mere neutrale udtryk "indsamling og/eller registrering af personfølsomme oplysninger". Det, mener vi, har højnet undersøgelsens kvalitet.

For at sikre at respondenterne forstod konteksten, og hvad der menes med "personfølsomme oplysninger" i undersøgelsens spørgsmål, blev undersøgelsen indledt med følgende:

"Personfølsomme oplysninger er dine private og individuelle oplysninger, fx søgehistorie, CPR-nummer, sundhedsoplysninger, kontonummer, pasnummer osv. Både det offentlige og private virksomheder gemmer personfølsomme oplysninger om dig, når du kommunikerer med dem digitalt."

Indledende tekst i holdningsspørgsmål

For at mindske måleproblemer og sikre, at alle respondenter forstår spørgsmålene på samme måde, har vi i nogle af holdningsspørgsmålene tilføjet en indledende forklarende tekst - fx i spørgsmål 10:

"Mange offentlige myndigheder bruger sociale medier, fx Facebook. Facebook indsamler oplysninger om brugerne, ligesom andre sociale medier også gør. Oplysningerne sælger de videre til virksomheder, som bruger dem til fx at målrette reklamer og budskaber. Hvor enig eller uenig er du i dette udsagn: 'Jeg er velinformet om, at mine personlige oplysninger kan sælges til andre, når jeg kommunikerer med det offentlige via sociale medier?'"

Digitale begreber i kontekst

I spørgsmålene om ordforståelse har vi været opmærksomme på at præsentere ordene i en sætning, hvor de ofte opstår. Ordet cookies præsenteres eksempelvis i følgende sætning:

"På internettet kan du møde følgende tekst: Vi anvender cookies på vores hjemmeside for at indsamle statistik og for at sikre, at indhold og funktioner bliver vist korrekt. Ved du hvad ordet "cookies" betyder?"

Vi har lagt vægt på at præsentere ordene i en typisk sætning, som samtidig ikke forklarer betydningen af ordet. Vi har derudover fokuseret på, at sætningerne skulle være letforståelige, så respondentens forståelse af ordet ikke påvirkes af forståelsen af resten af sætningen. Ved databehandlingen har det dog vist sig, at den bestræbelse ikke er lykkedes fuldstændig. Derfor har nogle respondenter forklaret hele sætningen, hvor ordet præsenteres, i stedet for at forklare det specifikke ord, der spørges til. Vi har korrigeret for de misforståelser ved at kode besvarelserne som rigtige, hvis de viser en forståelse for selve ordet på trods af en mangelfuld forståelse af sætningen som helhed.

Indsamling af data

1006 personer har besvaret spørgeskemaet, der er udsendt online via Userneeds webpanel. En onlinesurvey kan have den ulempe, at den kun får fat i personer, der anvender internettet. Til lige netop denne undersøgelse er det imidlertid positivt, at vi får et repræsentativt billede af internetaktive danskere mellem 18-70. Anvendelsen af onlinepanelet har derudover sikret en stikprøve, der er repræsentativ på de væsentligste baggrundsparemetre, da Userneeds løbende foretager GAP-analyser af panelets demografiske sammensætning og sikrer, at den afspejler befolkningen som helhed.

En sammenligning med data fra Danmarks Statistik viser, at stikprøven med få undtagelser ligner den danske befolkning på parametrene køn, alder og region.¹ Der er færre personer i stikprøven med grundskole og erhvervsfaglige uddannelser som den senest fuldførte uddannelse sammenlignet med den samlede danske befolkning. Derimod er personer med mellemlange og lange videregående uddannelser overrepræsenteret i stikprøven sammenlignet med den danske befolkning. Den lille skævhed må man tage højde for i læsningen af rapportens konklusioner.

Respondenterne deltog anonymt i undersøgelsen. Sikringen af anonymitet var vigtig for at skabe en høj grad af troværdighed og ærlighed i besvarelserne.

Analyse af data

Formålet med databehandlingen er at give os mulighed for at udtale os om hele den internetaktive del af den danske befolkning på baggrund af respondenterne i denne undersøgelse. Gennem statistiske test har vi undersøgt, hvorvidt der er forskelle mellem forskellige befolkningsgruppers holdninger og oplevelser i forbindelse med digital overvågning og adfærd på nettet. Konklusionernes sikkerhed underbygges af signifikansniveauer, der (lidt forsimplet) angiver med hvor stor en usikkerhed sammenhængene, der eksisterer i undersøgelsen, også gør sig gældende for resten af danskerne. Vi arbejder med et signifikansniveau på 95 % (et alment accepteret niveau), hvilket betyder, at signifikante resultater i stikprøven med meget stor sandsynlighed også gør sig gældende i den danske befolkning generelt.

For at teste sammenhængen mellem to variable, anvender vi chi²-test, som fortæller, om sammenhængen mellem to variable i stikprøven med stor sandsynlighed gør sig gældende for den samlede befolkning. Det indikeres af en p-værdi, der er under 0,05. For at teste, hvilke befolkningsgrupper der adskiller sig fra hinanden, benytter vi en rxy-test, der tester, om nogle grupper er henholdsvis over- eller underrepræsenterede i forhold til andre grupper. Grupper der er signifikant overrepræsenterede (ved et 95 % signifikansniveau) er markeret med grøn i tabellerne, mens grupper, der er signifikant underrepræsenterede, er markeret med rød.

Ved analyser af sammenhængen mellem to variable (krydstabeller) udtaler vi os om, hvorvidt de to variable korrelerer, altså om der er en sammenhæng mellem respondenternes svar i de to spørgsmål, de er blevet stillet. Det er vigtigt at påpege, at vi ikke kan teste, om den sammenhæng er udtryk for kausalitet mellem de to variable. Vi har en teori om, hvilken vej kausaliteten går mellem to variable, og det er den teori, vi tolker tallene ud fra.

¹Tallene om den danske befolkning er fundet på Danmarks Statistiks Statistikbank. Hbv. folketal (FOLK1) og tal for befolkningens højest fuldførte uddannelse (HFUDD10).