



PERSONVERNUNDERSØKELSEN 2024

Et temposkifte i digitaliseringen

Innhold

INNLEDNING	3
Om undersøkelsen	3
SAMMENDRAG	4
HOLDNINGER TIL PERSONVERN	5
Personvern er fortsatt viktig	5
Opplever folk å ha kontroll over egne personopplysninger?	6
Hvilke opplysninger er særlig beskyttelsesverdige?	9
KJENNSKAP TIL PERSONVERNREGELVERKET	13
HVEM STOLER VI PÅ?	17
KAMERAOVERVÅKING OG STRØMMING AV BARNEIDRETT	21
Strømming av barneidrett	23
KUNSTIG INTELLIGENS	25
Kunstig intelligens utfordrer personvernet	27
Holdninger til konkret bruk av kunstig intelligens	28
Bør myndighetene være på banen?	30
SPORING PÅ INTERNETT	33
NEDKJØLINGSEFFEKTEN	39
PENGER OG OPPLYSNINGER OM PRIVATØKONOMI	42
Hvordan stiller folk seg til å dele finansielle opplysninger?.....	43
Skepsis mot finansielle tjenester fra BigTech	44
VEDLEGG – SPØRRESKJEMA / INTERVJUGUIDE	47

Innledning

Datatilsynet gjennomfører jevnlig undersøkelser for å få innsikt i befolkningens holdninger og erfaringer med personvern her og nå, og for å følge utviklingen over tid. Dette kunnskapsgrunnlaget er sentralt i arbeidet vårt med å styrke befolkningens personvern. Hvis vi ikke forstår folks personvernutfordringer, er det vanskelig å gi befolkningen og virksomheter relevant veiledning. I denne rapporten presenterer vi de viktigste funnene fra undersøkelsen vi gjennomførte vinteren 2024, og i noen tilfeller viser vi til tidligere undersøkelser for å se trender over tid.

Siden den forrige undersøkelsen vår i 2019/2020, har det vært en rekke hendelser som har vært en del av den offentlige samtalen i Norge, og som kan ha bidratt til å påvirke befolkningens forhold til personvern. I pandemien var personvern på agendaen i avveiningen mellom sporing og den enkeltes rett til personvern. Videre har teknologigigantenes forretningsmodell med atferdsbasert reklame vært tema for debatt, og tatt til retten både i Norge og i EU. I tillegg brøt det ut krig på europeisk jord, noe som aktualiserer personopplysninger i et samfunnsikkerhetsperspektiv.

På toppen av dette har kunstig intelligens akselerert digitaliseringen av samfunnet. Dette temposkiftet åpner for en overflod av nye muligheter for å skape bedre og mer persontilpassede tjenester og produkter. Samtidig intensiveres bruken av personopplysninger for å personalisere og effektivisere tjenestene befolkningen bruker.

Vi i Datatilsynet er nysgjerrige på om disse begivenhetene kan ha påvirket folks forhold til personvern, og har stilt spørsmål som blant annet belyser følgende:

- Er befolkningen opptatt av personvern, og føler de at de har kontroll over egne personopplysninger?
- Kjenner de til hvilke rettigheter de har i henhold til personvernregelverket?
- Hvem har befolkningen tillit til at behandler personopplysningene deres på en god måte? Og hvem har de ikke tillit til?
- Endrer de adferd hvis de er usikre på hvordan personopplysningene blir brukt?
- Ser befolkningen personvernutfordringer ved bruk av kunstig intelligens?

Om undersøkelsen

Opinion har utført undersøkelsen på vegne av Datatilsynet. Undersøkelsen ble gjennomført digitalt i januar 2024 på et landsrepresentativt utvalg av befolkningen på 1519 personer, fra og med 15 år. Selve dataene er vektet på kjønn, alder og geografi. Feilmarginene ligger mellom +/-1,1 og +/-2,5 prosentpoeng på hovedfrekvensnivå.

Det har tidligere vært gjennomført flere personvernundersøkelser i regi av Datatilsynet. De største var i [1997 \(ssb.no\)](#), [2005 \(toi.no\)](#), [2008](#), [2013/14](#) og [2019/2020](#). Denne undersøkelsen bygger på kunnskap fra disse, og i noen tilfeller viser vi til trender over tid.

[Les rapportene fra tidligere undersøkelser](#)

Sammendrag

Personvern er fortsatt viktig, og flere har kjennskap til regelverket

De fleste er opptatt av personvern (83 prosent), og flere kjenner til personvernregelverket i dag enn i 2019. De aller fleste kjenner også til sentrale rettigheter i regelverket. De med lav lønn og med lite eller ingen utdanning kjenner rettighetene dårligst.

Fødselsnummeret er fortsatt viktigst, og flere vil beskytte religiøs og politisk oppfatning

Hva som vurderes som beskyttelsesverdige opplysninger har i liten grad endret seg siden 2019. Fødselsnummer ligger fremdeles på toppen av lista – 94 prosent mener det er viktig at lovverket beskytter denne opplysningen. Opplysninger om religiøs og politisk tilhørighet ligger fortsatt nederst, men andelen som anser slike opplysninger som beskyttelsesverdige har økt med rundt 15 prosent.

Stor og voksende tillit til offentlige virksomheter

Undersøkelsen viser at nordmenn generelt har stor tillit til hvordan offentlige aktører oppbevarer og bruker deres personopplysninger, og at denne tilliten har økt siden 2019. I motsatt ende av skalaen ser vi at tilliten til enkelte private aktører, som sosiale medier og apper for spill og underholdning, er lav. Yngre har mer tillit til disse private aktørene enn det eldre og høyt utdannede har.

Ubehagelig, også for de som har kontroll over personopplysninger

Kun 29 prosent føler at de har kontroll over hvordan personopplysninger om dem brukes på internett, og 50 prosent føler ubehag ved å tenke på hvor mye personopplysninger som finnes om dem på internett. Det er særlig de yngste og de med høy utdanning som sier at de i liten grad har kontroll, mens ubehaget rammer bredt. De eldste kjenner i større grad på ubehag, til tross for at de oppgir å ha mest kontroll.

Negative til sporing på internett

I tråd med tidligere undersøkelser, ser vi en tydelig skepsis mot forretningsmodellen som dagens internett bygger på. De fleste i befolkningen er negative til at deres opplysninger om deres nettaktivitet brukes til å vise persontilpasset reklame (67 prosent). De eldste er mer negative enn de yngre. 15 prosent er imidlertid positive, en økning på syv prosentpoeng siden 2019.

Kunstig intelligens utfordrer personvern

I årets undersøkelse har vi bedt respondentene om å ta stilling til konsekvenser for personvern ved bruk av kunstig intelligens. De fleste mener at kunstig intelligens vil utfordre personvernet ved at for store mengder personopplysninger samles inn og brukes på måter man ikke er enig i (69 prosent). Det er bred støtte for at myndighetene bør ta en aktiv rolle i reguleringen av kunstig intelligens (84 prosent), men betydelig færre som tror de er i stand til å gjøre det (33 prosent).

Nedkjøling - usikkerhet fører til endret adferd

Usikkerhet knyttet til at vi ikke vet hvordan opplysninger som samles om oss blir brukt, kan føre til at vi endrer atferd. Undersøkelsen viser at mange (74 prosent) har latt være å laste ned en app, bruke en tjeneste og å gjennomføre et kjøp i en nettbutikk. Halvparten har unnlatt å delta i kommentarfeltet i en nettavis eller i sosiale medier, mens litt over en av ti har valgt å la være å søke hjelp eller finne informasjon om sensitive utfordringer i en søkemotor.

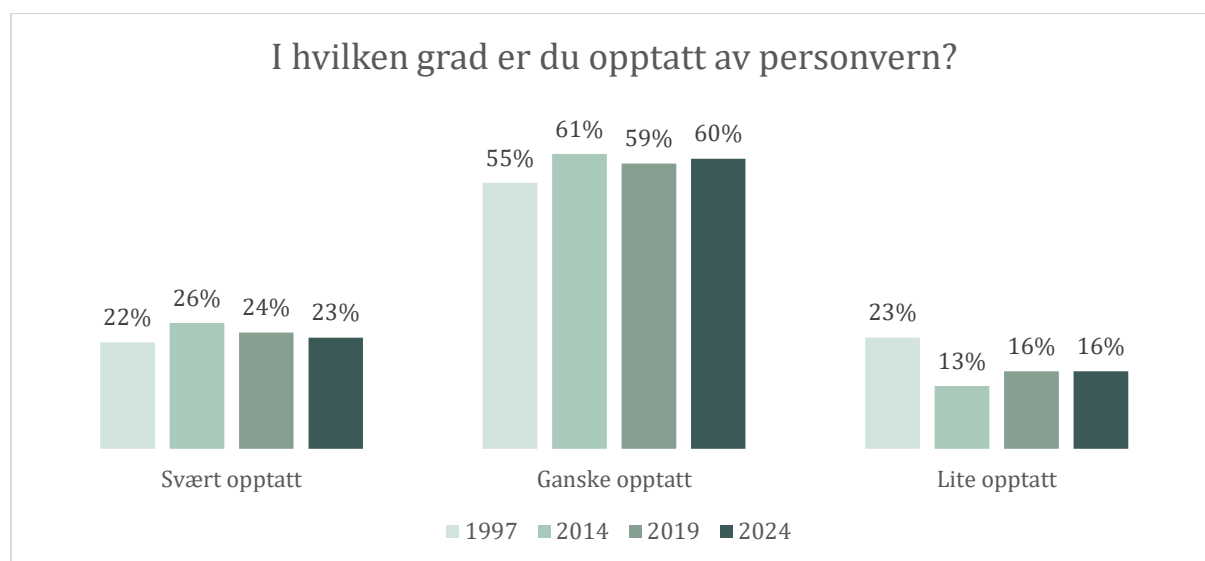
Holdninger til personvern

Holdninger til digitalisering og personvern påvirker hvordan vi som befolkning omfavner ny teknologi og hvordan vi beskytter oss. Disse holdningene varierer ikke bare fra person til person, men også mellom kulturer. Det som er uproblematisk å dele i ett miljø, kan være viktig å holde privat i andre. Holdninger har en tendens til å være stabile, men større hendelser som for eksempel pandemien eller spredningen av banebrytende ny teknologi slik som kunstig intelligens, kan bidra til å dytte dem i en ny retning.

I dette kapitlet vil vi se nærmere på hvor opptatt folk er av personvern, og i hvilken grad de opplever at de har kontroll over personopplysningene sine. Vi har også spurt om hvilke opplysninger respondentene mener er særlig beskyttelsesverdige.

Personvern er fortsatt viktig

Vi har spurt om hvor opptatt befolkningen er av personvern, og sammenligner svarene med undersøkelser gjennomført tidligere år. Har folk flest blitt mer eller mindre opptatt av personvern etter hvert som stadig større deler av livet digitaliseres?



Svarene viser:

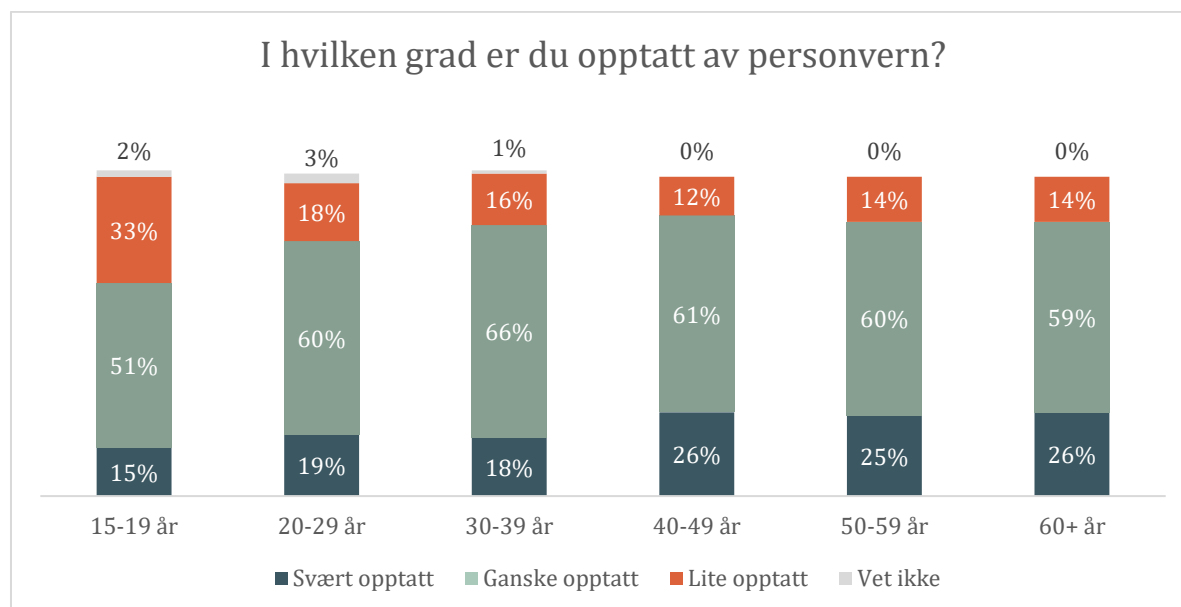
- De fleste er ganske opptatt av personvern.
- En av fire er svært opptatt av personvern.
- 16 prosent sier de er lite opptatt av personvern.

Vi ser få endringer fra tidligere undersøkelser – andelen som er svært eller ganske opptatt av personvern har holdt seg stabil siden 2014. Den største endringen i synet på personvern skjedde i tidsrommet mellom 1997 og 2014. I 1997 var det 23 prosent som sa de var lite opptatt av personvern, mens denne andelen falt med 10 prosentpoeng i 2014. Dette kan skyldes den generelle økningen i bruk av internettbaserte tjenester i denne perioden, og en økt bevissthet etter store

mediesaker som ga innblikk i myndigheters og kommersielle tjenesters bruk av personopplysninger. Et eksempel på dette er [Snowdenavsløringen i 2013](#).

Hvem er mest og minst opptatt av personvern?

Hva kjennetegner de som er svært opptatt av personvern og de som er lite opptatt av det? Vi ser ingen signifikante forskjeller mellom kjønnene, mens alder viser seg å være utslagsgivende.



Svarene viser:

- Majoriteten i samtlige aldersgrupper er opptatt av personvern.
- De eldre er mer opptatt av personvern enn de yngre.

Uavhengig av alder er de aller fleste opptatt av personvern. Aldersgruppen 15 til 19 år skiller seg imidlertid ut ved å ha den største andelen som sier de er lite opptatt av personvern. Mens 16 prosent på landsbasis sier at de er lite opptatt av personvern, er det dobbelt så mange (33 prosent) blant 15 til 19-åringene som sier det samme. Det er også i denne aldersgruppen vi finner den laveste andelen som er svært opptatt av personvern. Mens 23 prosent av hele befolkningen er svært opptatt av personvern, er det 15 prosent i den yngste gruppen som velger dette svaret.

Den største andelen av de som er svært opptatt av personvern finner vi i aldersgruppen 40-49 år og oppover. Det er også blant disse vi finner de laveste andelene som er lite opptatt av personvern.

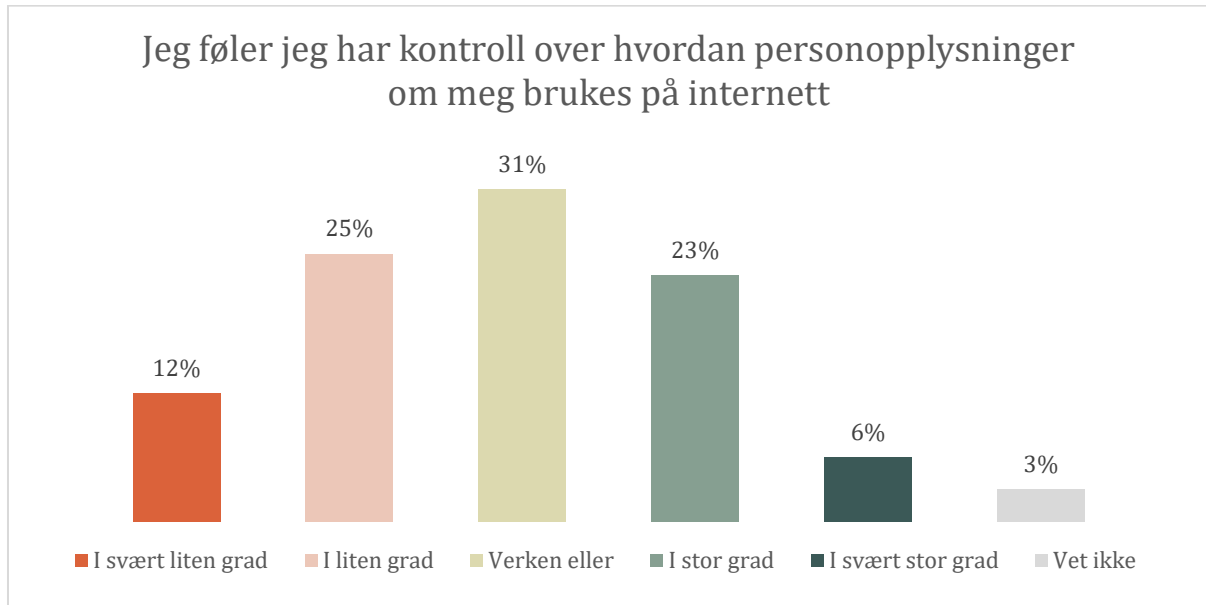
Størst endring fra 2019 ser vi i aldersgruppen 30-39 år der 84 prosent sier de er svært eller ganske opptatt av personvern i 2024, mot 77 prosent i 2019.

Opplever folk å ha kontroll over egne personopplysninger?

Når vi som brukere ønsker tilgang til digitale tjenester og produkter, er vi vant til å måtte gi fra oss opplysninger om oss selv. Avhengig av tjenestens karakter fyller vi inn alt fra navn og kontaktinformasjon til betalingsinformasjon. Disse opplysningene gir vi aktivt fra oss, og er relativt enkle å ha oversikt over. Mange av tjenestene samler imidlertid også inn opplysninger om brukernes

preferanser og karaktertrekk basert på hvordan tjenestene brukes. Slik innsamling og bruk av opplysninger er det langt vanskeligere å ha oversikt over.

Opplever folk å ha kontroll over sine personopplysninger på internett?



Svarene viser:

- Det er flest (31 prosent) som velger «verken eller» på påstanden om opplevd kontroll. Dette kan tyde på usikkerhet eller at graden av opplevd kontroll varierer.
- Det er flere (37 prosent) som føler at de i svært liten eller liten grad har kontroll over hvordan personopplysninger om dem brukes på internett, enn andelen som føler at de i stor eller svært stor grad har kontroll (29 prosent).
- Kvinner og yngre opplever å ha mindre grad av kontroll.
- Folk med høyere utdanning oppgir å ha mindre kontroll enn de med lavere eller ingen formell utdanning.

Det er kun seks prosent som opplever at de i svært stor grad har kontroll over personopplysningene sine på internett, mens 23 prosent opplever at de i stor grad har kontroll. Blant de som oppgir at de i stor grad har kontroll, finner vi en signifikant større andel menn, og mennesker i alderen 60 år og eldre.

Blant de som i liten grad opplever å ha kontroll, ser også alder ut til å spille en rolle. Mens 50 prosent i aldersgruppen 15 til 19 år føler at de i svært liten eller liten grad har kontroll, er det 28 prosent i alderen 60 år og over som



Hva er en personopplysning?

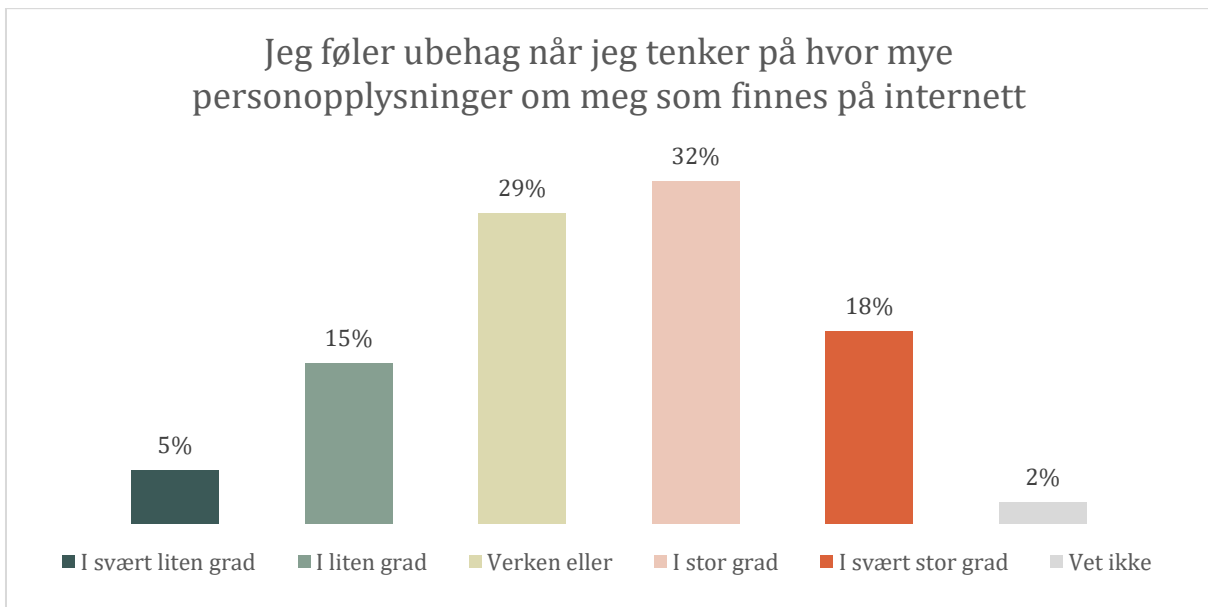
I undersøkelsen ble respondentene tidlig introdusert for denne definisjonen av hva en personopplysning er: «Alle opplysninger som kan knyttes til en bestemt person, som for eksempel navn, preferanser, økonomi og religiøs overbevisning.»

opplever det samme. Utdanningsgrad ser også ut til å ha en sammenheng med opplevelsen av å ha kontroll. Blant de som har høyere utdanning (4 år eller mer) sier 44 prosent at de i liten eller svært liten grad har kontroll over personopplysningene sine, mens 30 prosent blant de som har en toårig praktisk utdanning sier det samme.

Er det ubehagelig med mange personopplysninger på internett?

Selv om mange føler at de i liten grad har kontroll over flyten av personopplysninger på internett, betyr ikke det nødvendigvis at alle er negative til at opplysninger samles inn og brukes. Det er fullt mulig å oppleve mangel av kontroll, uten at det er problematisk. Verdien av å få tilgang til gode og brukervennlig tjenester kan oppleves så stor at den enkelte godtar kontrolltapet som del av en byttehandel.

Vi ba derfor respondentene ta stilling til i hvilken grad de synes det er ubehagelig at det finnes personopplysninger om dem på internett.



Svarene viser:

- Halvparten av befolkningen føler i stor eller svært stor grad ubehag når de tenker på hvor mange personopplysninger som finnes om dem på internett.
- To av ti kjenner i liten eller svært liten grad på et slikt ubehag.
- Det er flere kvinner enn menn som oppgir at de kjenner på ubehag.
- Aldersgruppen 60 år og oppover oppgir i større grad at dette er ubehagelig enn yngre.

Halvparten av befolkningen synes det er ubehagelig å tenke på alle personopplysningene deres som finnes på internett. Ubegaget rammer alle aldre, men betydelig flere i alderen 60 år og eldre, og flere kvinner enn menn.

Blant de 20 prosentene som oppgir at de i liten eller svært liten grad synes dette er ubehagelig å tenke på, finner vi en noe større andel (24 prosent) blant høyt utdannede enn blant de med lavere eller ingen utdanning. I denne gruppen er det altså en noe større andel enn i resten av befolkningen

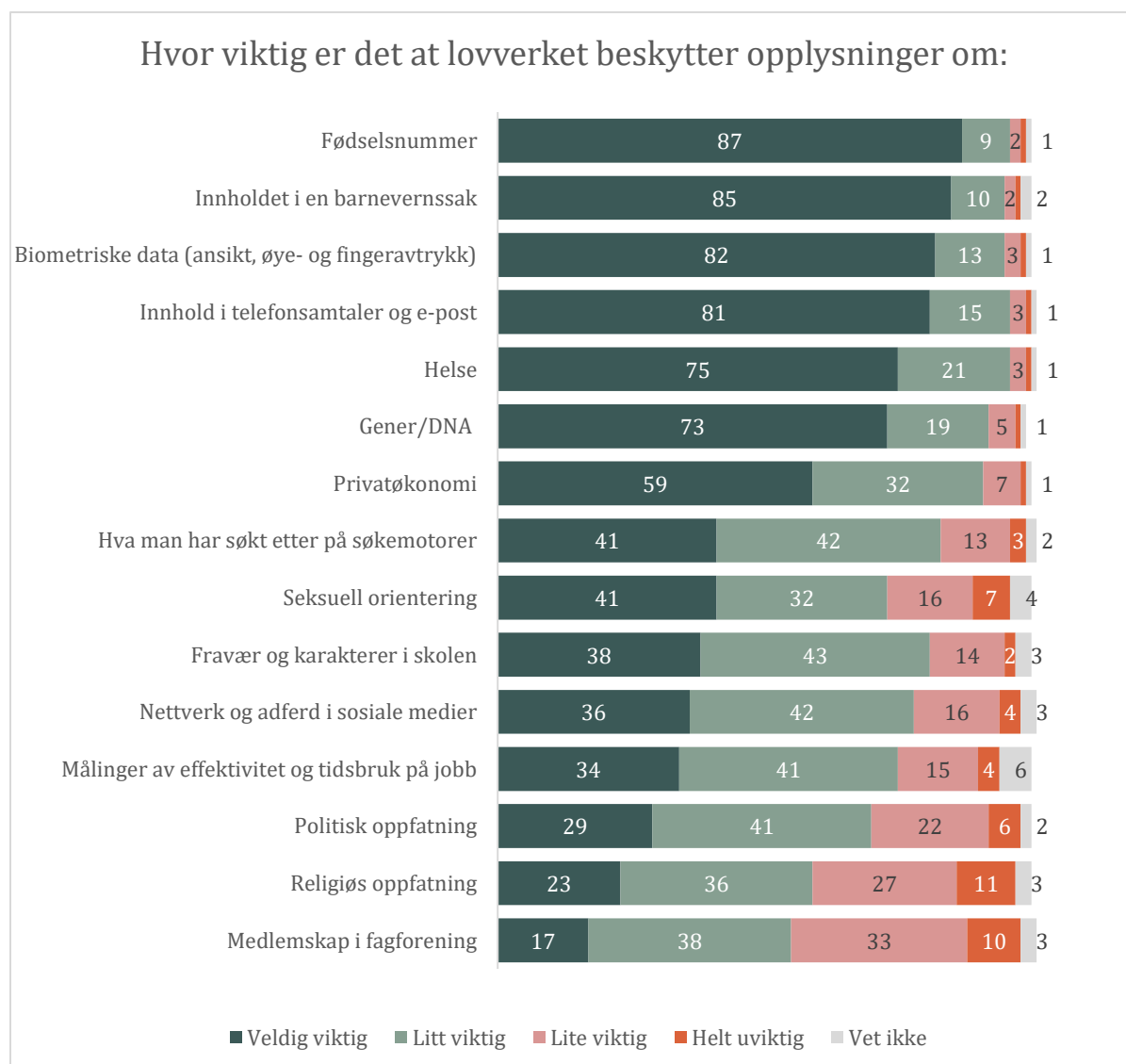
som sier de ikke opplever å ha kontroll over sine personopplysninger, og som heller ikke kjenner på et ubehag.

Å oppleve å ha kontroll over egne personopplysninger betyr ikke nødvendigvis at ubehaget ved å tenke på hvor mange personopplysninger som er på nett forsvinner. Nærmere halvparten (46 prosent) av de som føler de har god kontroll opplever like fullt ubehag, mot 58 prosent blant de som i liten eller svært liten grad oppgir å ha kontroll.

Hvilke opplysninger er særlig beskyttelsesverdige?

Hva som vurderes som beskyttelsesverdige opplysninger, kan endre seg over tid. Det kan også fortelle noe om hvilken retning den politiske, sosiale eller kulturelle utviklingen tar i et samfunn. For eksempel vil medlemskap i en fagforening være en særlig beskyttelsesverdige personopplysning i kulturer der arbeidstakere risikerer jobben hvis de velger å organisere seg.

Hva vurderer den norske befolkningen som særlig beskyttelsesverdige opplysninger, og har det endret seg over tid?





Endringer i spørsmålsstillingen

Vi har gjort noen tilpasninger i spørsmålet siden undersøkelsen i 2019.

I 2019 ba vi befolkningen vurdere de ulike personopplysningenes beskyttelsesverdi **for dem selv**, slik som «Din religiøse oppfatning», mens vi i 2024 har bedt dem ta stilling til hvor beskyttelsesverdig ulike personopplysninger er **mer generelt**, som i «Religiøs oppfatning». Dette kan ha ført til at den enkelte svarer på vegne av flere enn seg selv, og kan forklare noe av økningen vi ser fra 2019.

Svarene viser:

- Nordmenn mener alle typene av personopplysninger vi spurte om er beskyttelsesverdige.
- Fødselsnummer er fortsatt den personopplysningen som flest vurderer at det er viktigst at lovverket beskytter.
- Alle typer helse- og biometriske data oppleves som svært beskyttelsesverdige.
- Det har skjedd en betydelig økning i andelen som mener at politisk og religiøs oppfatning, samt fagforeningstilhørighet er beskyttelsesverdige opplysninger.
- Utdanningsnivå spiller en rolle. Det er generelt en større andel høyt utdannede som mener de fleste av opplysningene på listen er viktige å beskytte.

Befolkningens syn på hvilke personopplysninger som er viktige å beskytte, har vært stabilt siden 2019, med unntak av enkelte kategorier av personopplysninger.

Opplysningene vi er mest opptatt av å beskytte

Fødselsnummeret (som består av fødselsdato og et personnummer) er den opplysningen som vurderes som mest beskyttelsesverdig av de aller fleste. Dette har vært konsekvent gjennom personvernundersøkelsene i 2005, 2014 og 2019.

I personvernregelverket er ikke fødselsnummer definert som en særlig kategori av opplysninger (sensitive opplysninger). Likevel mener flere at det er viktigere å beskytte fødselsnummeret enn for eksempel opplysninger om helse. Noe av grunnen kan være at det tidligere har vært oppmerksomhet i mediene rundt misbruk av fødselsnummer i forbindelse med svindel. Datatilsynets inntrykk er imidlertid at bruk fødselsnummeret som legitimasjon i forbindelse med kjøp av tjenester er kraftig redusert de siste årene.

Biometriske data vurderes også av respondentene som en av de mest beskyttelsesverdige typene av opplysninger på denne listen. Biometriske data består av kjennetegn som utgår fra kroppen, som er unike for den enkelte og som i liten grad kan endres. Det brukes blant annet i forbindelse med ansiktsgjenkjenning eller fingeravtrykk. At biometri vurderes som såpass beskyttelsesverdig, kan tilskrives at brukerne er blitt vant til at de kan åpne viktige tjenester i hverdagen ved hjelp av

biometriske løsninger. Eksempler på dette er å bruke ansiktsgjenkjenningsteknologi for å låse opp mobilen eller fingeravtrykk for å åpne banktjenester.

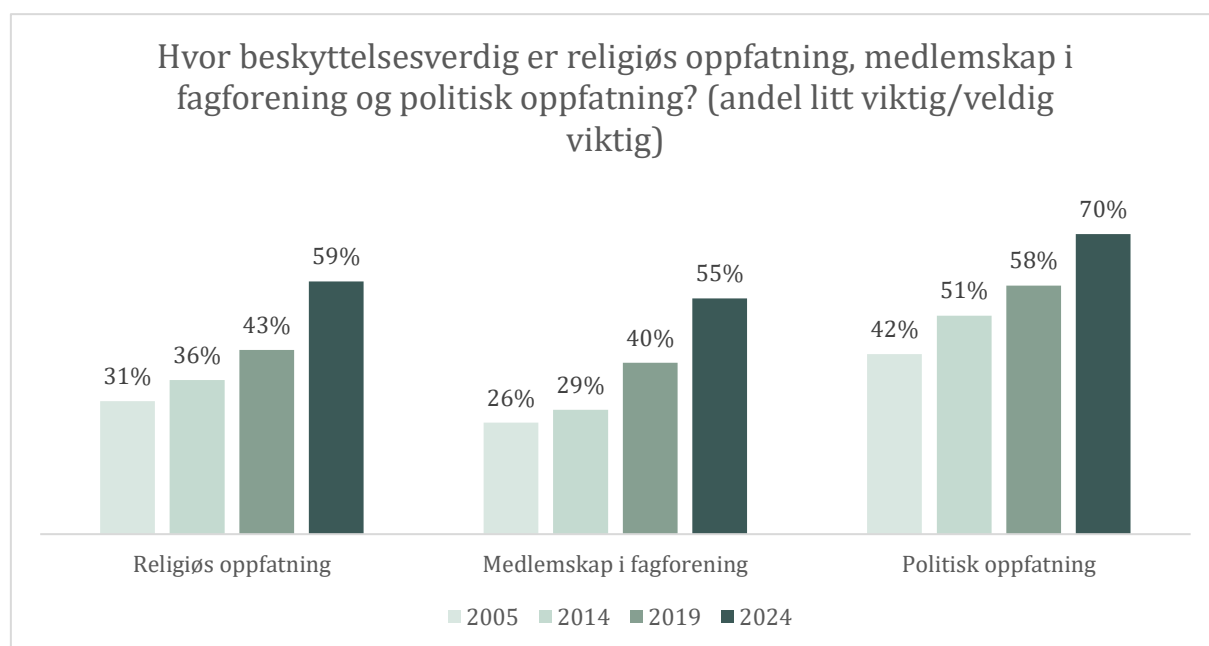
Innhold i telefonsamtaler og e-post er fortsatt vurdert som en av de tre mest beskyttelsesverdige kategoriene i denne oversikten. Innhold i e-post og telefonsamtaler kan være sensitivt og inngripende i den enkeltes private sfære. I Datatilsynet får vi mange henvendelser og klager på innsyn i e-post på arbeidsplassen, og etterretningens tilgang til innhold i e-post har vært diskutert i media.

Til sammenligning er det langt færre som mener det er veldig viktig å beskytte opplysninger om nettverk og adferd på internett, antakeligvis fordi dette foregår på plattformer hvor folk selv velger å dele informasjon med omgivelsene. Det er like fullt 36 prosent som mener nettverk og adferd på internett er veldig viktig å beskytte, på nivå med måling av effektivitet og tidsbruk på jobb.

Opplysninger befolkningen er mindre opptatt av å beskytte – men mer enn før

Opplysninger om religiøs og politisk oppfatning, samt medlemskap i fagforening, omtales i personvernregelverket som særlige kategorier av opplysninger (sensitive opplysninger). De skal kun behandles når det foreligger et særskilt grunnlag. Disse opplysningene har i lang tid ligget nederst på listen over hvilke opplysninger befolkningen mener det er viktig å beskytte, noe som kan indikere at folk flest ikke forbinder stor risiko med det å dele disse typene av opplysninger.

Siden 2005 har vi imidlertid sett en økning i andelen som mener at slike personopplysninger er viktige å beskytte, og fra 2019 har det vært en betydelig økning. Mens 43 prosent mente religiøs oppfatning var litt eller veldig viktig å beskytte i 2019, er det nærmere 60 prosent som mener det samme i 2024. Tilsvarende er det en økning i synet på medlemskap i fagforening som litt eller veldig viktig på 15 prosentpoeng. I 2019 var det 58 prosent som mente det var litt eller veldig viktig å beskytte opplysninger om politisk oppfatning, mens det er 70 prosent som sier det samme i 2024.



Hva er det som gjør at den norske befolkningen mener at disse kategoriene av opplysninger er mer beskyttelsesverdige i 2024? Ser nordmenn en større grad av risiko ved å dele politiske og religiøse synspunkt, og kan det få konsekvenser å tilhøre en fagforening? Disse temaene er relevante i nyhetsbildet, men her kan endringen i spørsmålsstillingen også være en del av forklaringen. Selv om folk kanskje ikke mener at religiøs oppfatning og fagforening er viktig å beskytte for dem selv, kan de ha svart ut fra et samfunnsperspektiv.

Denne utviklingen kan være et resultat av den økte polariseringen vi ser internasjonalt, med økt uenighet om viktige samfunnsspørsmål, og fremveksten av autoritære regimer og ytterliggående grupperinger. I dette landskapet skjer det en brutalisering av de private og offentlige samtalen på digitale plattformer, noe som rammer politiske meningsmotstandere, religiøse minoriteter og LHBT-personer ([NOU 2024:3](#)).

I Norge har vi en sterk fagforeningskultur, men ser eksempler på at det kan oppstå en kulturkollisjon når enkelte selskap fra kulturer med andre holdninger til fagforeninger etablerer seg i nord. I oktober 2023 gikk for eksempel ansatte i svenske Tesla-virksomheter ut i streik da det nord-amerikanske selskapet nektet å inngå en tariffavtale. Slike kulturkollisjoner kan bidra til at det blir krevende for arbeidstakere å organisere seg eller å være åpne om medlemskap i en organisasjon.



Grindr-saken

Grindr er en sjekkeapp for homofile, biseksuelle, transseksuelle og skeive. Den fikk i 2023 et overtredelsesgebyr på 65 millioner av Datatilsynet etter å ha delt brukernes GPS-posisjon, unike mobilkode og navnet på appen med flere markedsføringspartnere.

Med denne informasjonen var det mulig å identifisere hvem som brukte tjenesten, noe som kunne avsløre brukernes seksuelle orientering, og dermed var et brudd på personopplysningsloven.

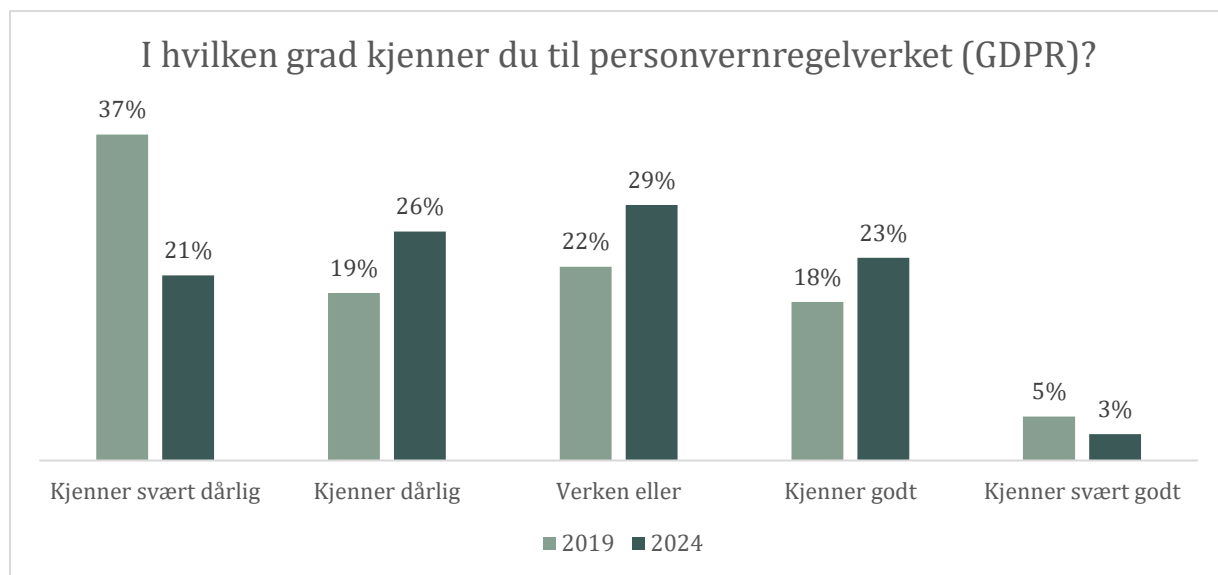
Seksuell orientering ble introdusert i undersøkelsen først i 2024, og er også en særlig kategori av opplysninger. At 73 prosent mener at seksuell orientering er litt eller veldig viktig å beskytte mot innsamling og videre bruk, viser en utbredt oppfatning om at dette er personlig og sensitiv informasjon. Pride-angrepet 25. juni 2022 i Oslo, viser at synlighet kan være forbundet med risiko, også i hjemlige trakter.

Kjennskap til personvernregelverket

I 2018 trådte personvernforordningen (GDPR) i kraft i Norge. Forordningen gjelder for alle EU- og EØS-land, og sammen med nasjonale regler om personvern utgjør dette personvernregelverket.

For å være i stand til å utøve sine rettigheter, må folk kjenne til dem. I dette kapittelet ser vi nærmere på i hvilken grad folk mener de kjenner til personvernregelverket og rettighetene de har etter dette. Vi undersøker også om det har skjedd noen endringer siden vi stilte samme spørsmål i 2019 da regelverket var nytt.

Kjennskap til personvernregelverket



Svarene viser:

- En av fire spurte kjenner godt eller svært godt til personvernregelverket i 2024, mens nærmere halvparten kjenner det dårlig eller svært dårlig.
- Kjennskap til regelverket er lavest blant de yngste og de eldste. Høyest kunnskap har de med høy utdanning og inntekt.
- Det er betydelig færre som har svært dårlig kjennskap til regelverket i 2024 enn i 2019.

Kunnskapen om personvernregelverket har totalt sett blitt bedre i 2024 enn i 2019.



Endringer i spørsmålsstillingen

Vi har gjort en endring i spørsmålet siden 2019. Der respondentene i 2019 ble bedt om å ta stilling til en numerisk skala der 1 var «Kjenner ikke til det» og 5 var «Kjenner i svært stor grad», har vi i 2024 brukt en verbal skala (beskrivende tekst) for svaralternativene.

Andelen med dårlig eller svært dårlig kjennskap til regelverket, har gått ned fra 56 prosent i 2019 til 47 prosent i 2024. Nedgangen er størst blant de som kjenner regelverket dårligst, der andelen er redusert fra 37 til 21 prosent. Andelen som sier de kjenner regelverket dårlig er imidlertid økt fra 19 til 26 prosent. Blant de som kjenner det dårlig eller svært dårlig, finner vi en betydelig større andel i aldersgruppen 15 til 19 år (78 prosent), og blant de med grunnskoleutdanning (65 prosent).

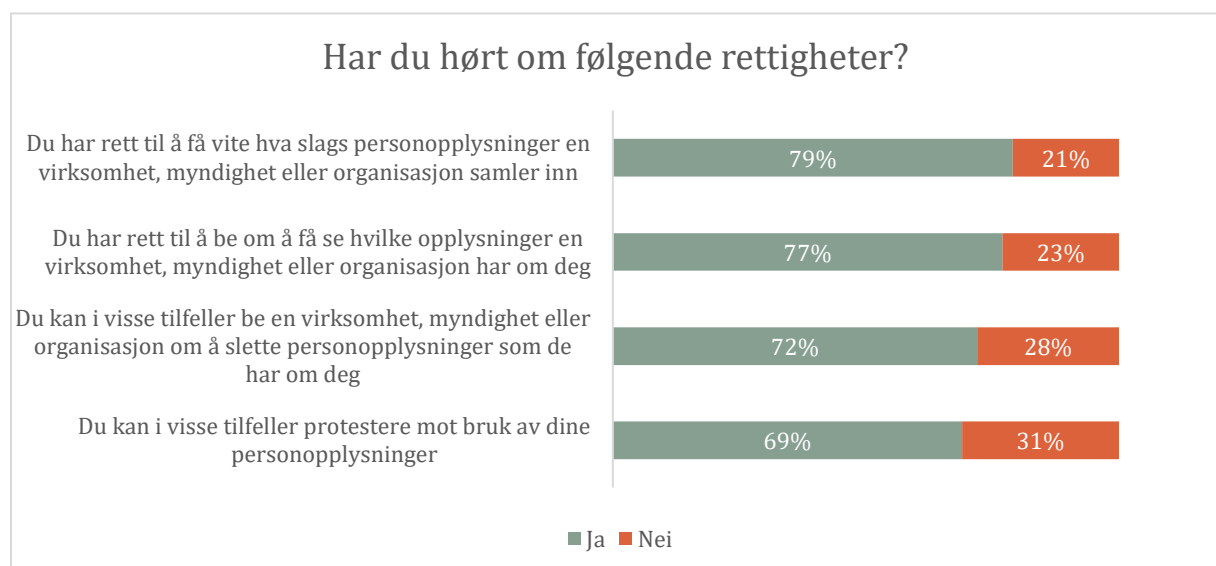
Andelen som kjenner regelverket godt eller svært godt, har på sin side økt fra 23 til 26 prosent i samme tidsperiode. Økningen er størst blant de som sier de kjenner regelverket godt (fra 18 til 23 prosent), mens det er noe færre som mener de kjenner regelverket svært godt i 2024 (3 prosent) enn i 2019 (5 prosent). Det er en større andel (33 prosent) blant dem med mer enn fire års universitets- eller høyskoleutdanning som har god eller svært god kjennskap til regelverket, enn blant dem som har fullført videregående (18 prosent). Blant de som tjener 600 000 kroner i året eller mer, er det 40 prosent som kjenner regelverket, mot 16 prosent blant dem som tjener 400 000 kroner eller mindre.

Personvernregelverket har fått mye oppmerksomhet i media, og mange kommer i kontakt med regelverket gjennom arbeidsplassen. At folk flest skal ha inngående kjennskap til regelverket, er urealistisk all den tid det er omfattende og komplisert. Det at en større andel har valgt det mer nøytrale alternativet «Verken eller», kan indikere en økt grad av usikkerhet eller at det er flere som opplever at de kjenner til enkelte deler av regelverket.

Kjennskap til personvernrettighetene

Personvernforordningen gir enkeltpersoner en rekke [rettigheter](#) når virksomheter samler inn og bruker personopplysninger om dem. Alle virksomheter har for eksempel plikt til å gi lett tilgjengelig informasjon om hva de samler inn av personopplysninger, og hva opplysningene brukes til. Dette kalles retten til informasjon. Den enkelte har også rett til å få vite hvilke opplysninger en virksomhet har om dem, kalt retten til innsyn. Videre har de som er registrert rett til å be virksomheten om å slette uriktige opplysninger om seg, og kan i visse tilfeller protestere mot uønsket bruk av personopplysningene.

I denne undersøkelsen ønsket vi å se nærmere på befolkningens kjennskap til disse fire rettighetene: retten til innsyn, informasjon, sletting og til å protestere.



Svarene viser:

- De aller fleste har hørt om personvernrettighetene vi spurte om i undersøkelsen.
- I de yngste og eldste aldersgruppene er det betydelig færre som kjenner sine rettigheter enn i befolkningen for øvrig.
- Det er betydelig flere som har kjennskap til disse rettighetene blant folk med høyere utdanning og høyere inntekt.

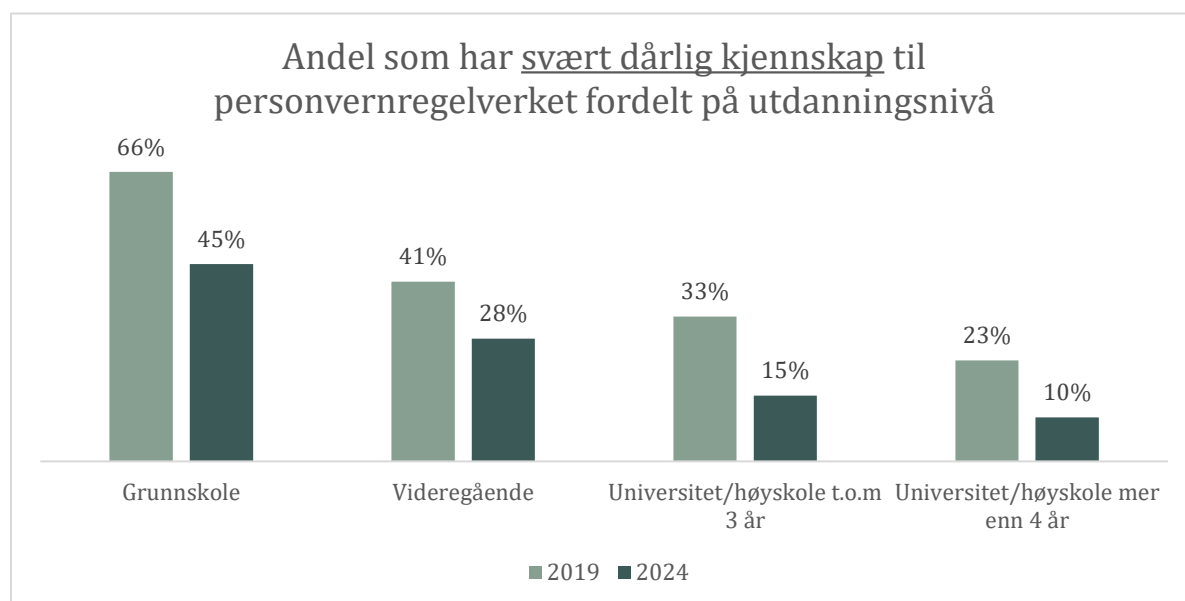
Til tross for at det kun er 25 prosent som sier de har god eller svært god kjennskap til regelverket, slik vi så tidligere, har altså de aller fleste kjennskap til disse fire sentrale rettighetene. Dette gir indikasjoner om at de fleste kjenner til regelverket, og at de har rettigheter, men at de færreste opplever å kjenne til innholdet i loven i stort. For eksempel har 65 prosent av de som sier de kjenner personvernregelverket svært dårlig, likevel hørt om retten til informasjon.

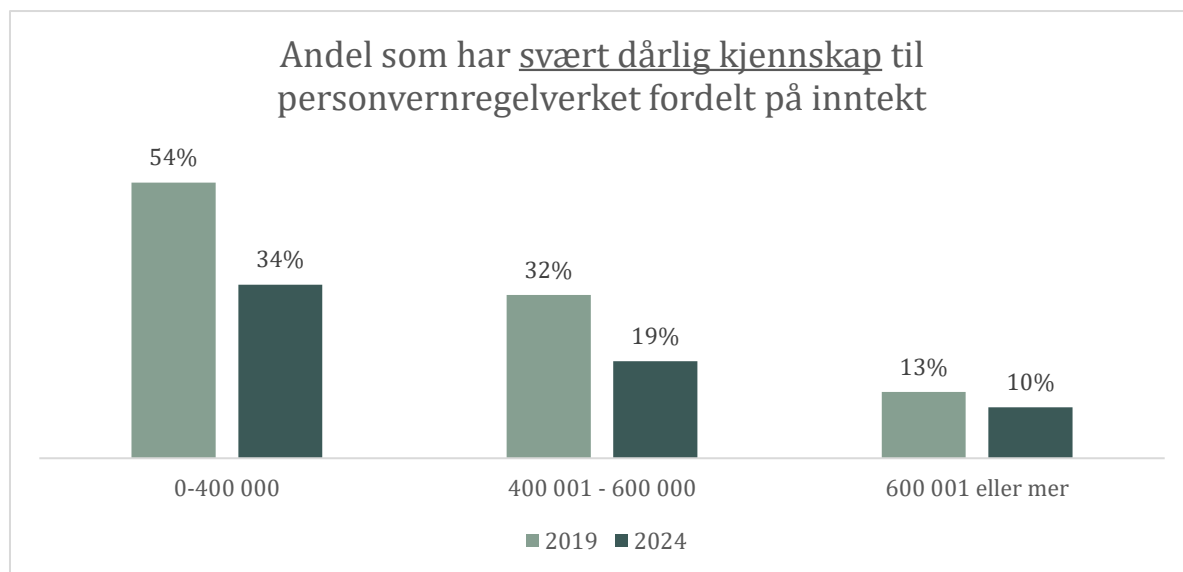
Retten til informasjon er også den rettigheten flest har kjennskap til, tett fulgt av retten til å få innsyn. De aller fleste har også hørt om retten til å be en virksomhet om å slette uriktige personopplysninger om sine medlemmer eller kunder. Dette kan skyldes at de aller fleste har erfaring med, eller har hørt om rettighetene gjennom virksomheters personvernerklæringer eller i andre informasjonskanaler.

Rettigheten det er minst kjennskap til, er retten til å protestere mot bruk av personopplysninger, men også her er det nærmere 70 prosent som sier de har hørt om denne rettigheten.

Sosioøkonomisk status påvirker kjennskap til regelverket

I 2019 viste undersøkelsen at kjennskap til både regelverket generelt og rettighetene spesielt samsvarte sterkt med inntekt og utdanning. Slik er det også i 2024. Samtidig ser vi at det er en nedgang i andelen som kjenner regelverket svært dårlig, og at denne nedgangen skjer på tvers av utdanning- og inntektsnivå.





Det er en betydelig lavere andel blant høyt utdannede som sier de ikke kjenner personvernregelverket enn blant de med lavere utdanning. Blant de som har høyere utdanning over fire år, er det ti prosent som ikke kjenner regelverket, mot 45 prosent blant de som bare har grunnskoleutdanning. Tilsvarende er det langt færre i gruppen som tjener mer enn 600 000 kroner i året som ikke kjenner til regelverket (10 prosent), enn blant dem som tjener under 400 000 kroner (34 prosent).

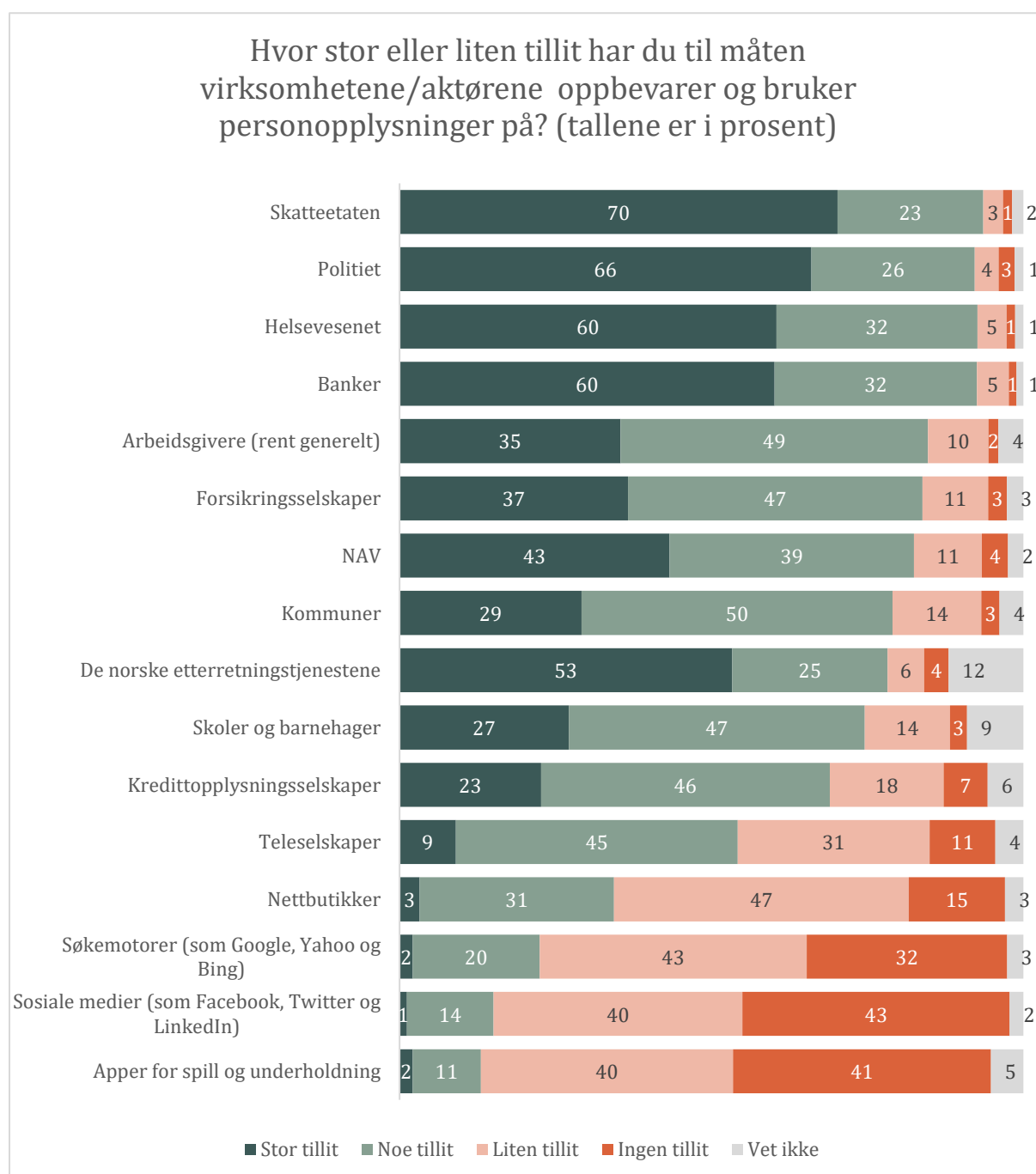
Det er positivt at nedgangen i andelen som kjenner regelverket svært dårlig, treffer befolkningen på tvers av inntekt- og utdanningsnivå. Samtidig er det problematisk at det fortsatt er en betydelig større andel blant dem med lavere utdanning og inntekt som kjenner svært dårlig til regelverket enn blant dem med høyere utdanning og inntekt. Uten kjennskap til grunnleggende personvernrettigheter, kan den enkelte heller ikke utøve rettighetene slik regelverket legger til rette for, og det er nærliggende å anta at dette rettsvernet blir vanskeligere å ivareta for ressursvake.

Datatilsynet mottar mange henvendelser fra ufaglærte og arbeidstakere i lavtlønnsyrker som opplever å bli overvåket i arbeidslivet. Mange av disse er også unge mennesker som står i sin aller første jobb. At undersøkelsen viser at unge, lavtlønnede og lavt utdannede mennesker er overrepresentert blant de som har svært dårlig kjennskap til regelverket og sine rettigheter, er bekymringsverdig med tanke på personvernet på arbeidsplassen.

Hvem stoler vi på?

For at folk skal være villige til å ta i bruk digitale tjenester og dele sine personopplysninger, bør de ha tillit til at opplysningene blir håndtert på en god måte. Hvem er det brukerne stoler på at samler inn og behandler personopplysninger på en trygg og lovlig måte?

Vi har stilt spørsmål om folks tillit til ulike private og offentlige aktører som oppbevarer og bruker deres personopplysninger. Vi antar at det er særlig viktig for folk å ha stor tillit til virksomheter som behandler det de oppgir som beskyttelsesverdig informasjon. Vi ser derfor på enkelte av svarene i lys av hvilke opplysninger befolkningen mener er beskyttelsesverdige.



Svarene viser:

- Respondentene har større tillit til offentlige enn private virksomheter, med noen få unntak. Denne trenden er i tråd med tidligere personvernundersøkelser.
- Tilliten til offentlige virksomheter har økt siden 2019. Dette inkluderer politiet og etterretningstjenestene.
- Virksomhetene med minst tillit er de som primært leverer digitale tjenester eller plattformer, slik som nettbutikker, søkemotorer, sosiale medier og apper for spill og underholdning.
- Høyt utdannede (fire år eller mer) har mindre tillit til søkemotorer, sosiale medier og apper for spill og underholdning enn gjennomsnittet, mens aldersgruppen 15 til 19 år har større tillit til de samme aktørene.

Stor og voksende tillit til offentlige virksomheter

Undersøkelsen viser at nordmenn generelt har stor tillit til hvordan offentlige aktører oppbevarer og bruker personopplysningene deres. Det at flere har stor tillit til offentlige aktører siden forrige undersøkelse, er positivt. I motsatt ende av skalaen ser vi at tilliten til enkelte private aktører er liten, der mer enn 80 prosent oppgir at de har ingen tillit til sosiale medier eller apper for spill og underholdning.

Ulike forhold kan utfordre tilliten til tjenesters bruk av personopplysninger. Når befolkningen blir kjent med ulike aktørers misbruk og tap av data gjennom mediene, er dette noe som vil kunne vekke mistillit. En annen faktor som kan vekke mistillit er uoversiktelige avtalevilkår der det er uklart hvilke personopplysninger som samles inn og hva de brukes til. Det at folk generelt har tillit til myndighetene, er sannsynligvis også en medvirkende årsak til at de har tillit til at personopplysningene behandles på en god måte. Myndighetene behandler ofte mer sensitive opplysninger enn private aktører gjør, noe som gjør at dette tillitsforholdet er spesielt viktig.

Økt tillit til Skatteetaten, politiet og helsevesenet

Blant aktørene befolkningen er blitt bedt om å ta stilling til, er det Skatteetaten, politiet og helsevesenet som nyter størst tillit. Mens 70 prosent oppgir å ha stor tillit til Skatteetaten, har 66 prosent stor tillit til politiet, og 60 prosent stor tillit til helsevesenet.

Sammenlignet med undersøkelsen i 2019, har tilliten til Skatteetaten økt mest blant disse tre. Mens 56 prosent oppga at de hadde stor tillit til Skatteetaten i 2019, er det 70 prosent som sier det samme i 2024.

Andelen som har stor tillit til politiets behandling av personopplysninger, har økt med åtte prosentpoeng til 66 prosent i 2024. Svarene er ikke ulike funnene i [Politiets innbyggerundersøkelse 2023](#). Den viser at 72 prosent av befolkningen har tillit til politiet.

Tilliten til helsevesenet har også gått opp tilsvarende, med åtte prosentpoeng siden 2019. Siden forrige undersøkelse har håndteringen av personopplysninger i helsevesenet vært et særlig debattert tema. I løpet av pandemiårene samlet helsevesenet inn betydelige mengder informasjon om befolkningen, blant annet for smittesporing.

Til tross for en relativt inngripende innsamling av helseopplysninger gjennom pandemien, har altså tilliten til helsevesenet økt. Dette kan nok delvis forklares med at folk gjennom media og samfunnsdebatten har inntrykk av at helsevesenet tar personvern alvorlig, og at de selv har gode erfaringer. Det er også rimelig å anta at mange opplevde at helsevesenet hadde en tydelig og pålitelig rolle gjennom pandemien.

Banker

Bankene nyter høyest tillit blant de private aktørene, og andelen som har stor tillit til dem har gått opp fra 51 prosent i 2019 til 60 prosent i 2024. Bankene nyter altså like stor tillit i befolkningen som helsevesenet.

Som vist tidligere i denne undersøkelsen, mener folk at opplysninger om privatøkonomien er viktige å beskytte (91 prosent), og en omtrent like stor andel (92 prosent) har noe eller stor tillit til bankenes behandling av disse opplysningene. Utover at bankene har en rekke regelverk de må følge, personvernregelverket inkludert, følger de fleste banker bransjenormer for behandling av personopplysninger i bank og kredittforetak. Datatilsynet erfarer at bankene som regel har ressurser til å prioritere gode retningslinjer og rutiner for personvern.

Åtte av ti har liten- eller ingen tillit til sosiale medier

Mellom 2014 og 2019 sank andelen som har stor tillit til sosiale medier med fem prosentpoeng. I 2024 er bildet uendret. En prosent oppgir at de har stor tillit til sosiale medier, mens 14 prosent sier de har noe tillit. Den store majoriteten av befolkningen (83 prosent) har liten eller ingen tillit til hvordan sosiale medier oppbevarer og bruker personopplysninger, og andelen med minst tillit (41 prosent) har økt med 8 prosentpoeng siden 2019 da 33 prosent sa det samme.

Aldersgruppen 15 til 19 år skiller seg ut ved at en så stor andel som 28 prosent har noe eller stor tillit til sosiale mediers behandling av personopplysninger, mot et gjennomsnitt på 15 prosent. Men også i denne gruppen oppgir de fleste (69 prosent) at de har liten eller ingen tillit.

Høyt utdannede skiller seg også ut, men motsatt av den yngste aldersgruppen. Blant de som har høyere utdanning (fire år eller mer) er det kun ti prosent som har stor eller noe tillit til sosiale mediers behandling av personopplysninger, mens 89 prosent har liten eller ingen tillit i den samme gruppen.

De fleste (78 prosent) mener det er litt eller veldig viktig at lovverket beskytter opplysninger om nettverk og adferd i sosiale medier, mens en litt større andel (83 prosent) har liten eller ingen tillit til måten sosiale medier oppbevarer og bruker personopplysninger på.

Den lave tilliten kan ses i lys av store og gjentakende eksempler på kommersielle tilbydere av slike tjenesters brudd på personvernregelverket.



Appen «Smittestopp»

I forbindelse med pandemien, lanserte Folkehelseinstituttet (FHI) appen «Smittestopp». Den brukte brukernes GPS- og Bluetooth-data for å spore kontakter. Datatilsynet mente at den første versjonen av appen ikke var et forholdsmessig inngrep i personvernet, og vedtok et midlertidig forbud mot at FHI kunne behandle personopplysninger i appen.



Forstår unge personvern som noe annet enn eldre?

Våren 2024 utforsket studenter ved et Honoursprogram (UiO) problemstillingen: Hvordan forstår aldersgruppen 20 til 29 år begrepet personvern sammenlignet med aldersgruppen 60 år og eldre?

De fant både likheter og ulikheter mellom de to aldersgruppene. Begge aldersgruppene forstår personvern som digital sikkerhet og beskyttelse av sensitiv informasjon. Men mens de yngre vektlegger at personvernet deres er andres ansvar (som for eksempel tjenestetilbydere), er de eldre mer opptatt av å beholde kontrollen over egne personopplysninger selv.

Kan dette bidra til å forklare hvorfor unge er mindre opptatt av personvern enn eldre? Har de gitt ansvaret og kontrollen over egne personopplysninger til andre, og er dermed mindre opptatt av personvern og å ha kontroll over egne personopplysninger?

Minst tillit til apper for spill og underholdning

I årets undersøkelse har vi for første gang spurt respondentene om hvilken tillit de har til apper for spill og underholdning. Tjenestene krever ofte mange opplysninger for å opprette en brukerkonto – inkludert navn, epostadresse og fødselsdato. Mange av spillappene vil også kreve, og lagre betalingsopplysninger for å utføre betalinger for ekstra funksjoner i spillet. I tillegg samler de ofte inn brukerens GPS-posisjon, blant annet for å koble brukerne på en nærliggende server hvor de kan være sammen med andre spillere i samme tidssone.

Kun 13 prosent sier de har stor eller noe tillit til slike tjenester, mens 81 prosent oppgir at de har liten eller ingen tillit til slike tjenester – det betyr at denne kategorien av tjenester rangerer lavest av alle aktørene vi spurte om i undersøkelsen. Aldersgruppen 15 til 19 år skiller seg betydelig ut der 30 prosent sier de har stor eller noe tillit til slike tjenester (altså over dobbelt så høy tillit som gjennomsnittet), og 67 prosent sier de har liten eller ingen tillit. I motsatt ende av skalaen svarer syv prosent av de som har høy utdanning (fire år eller mer) at de har noe eller stor tillit til slike tjenester.



Bruk av posisjonsdata i apper

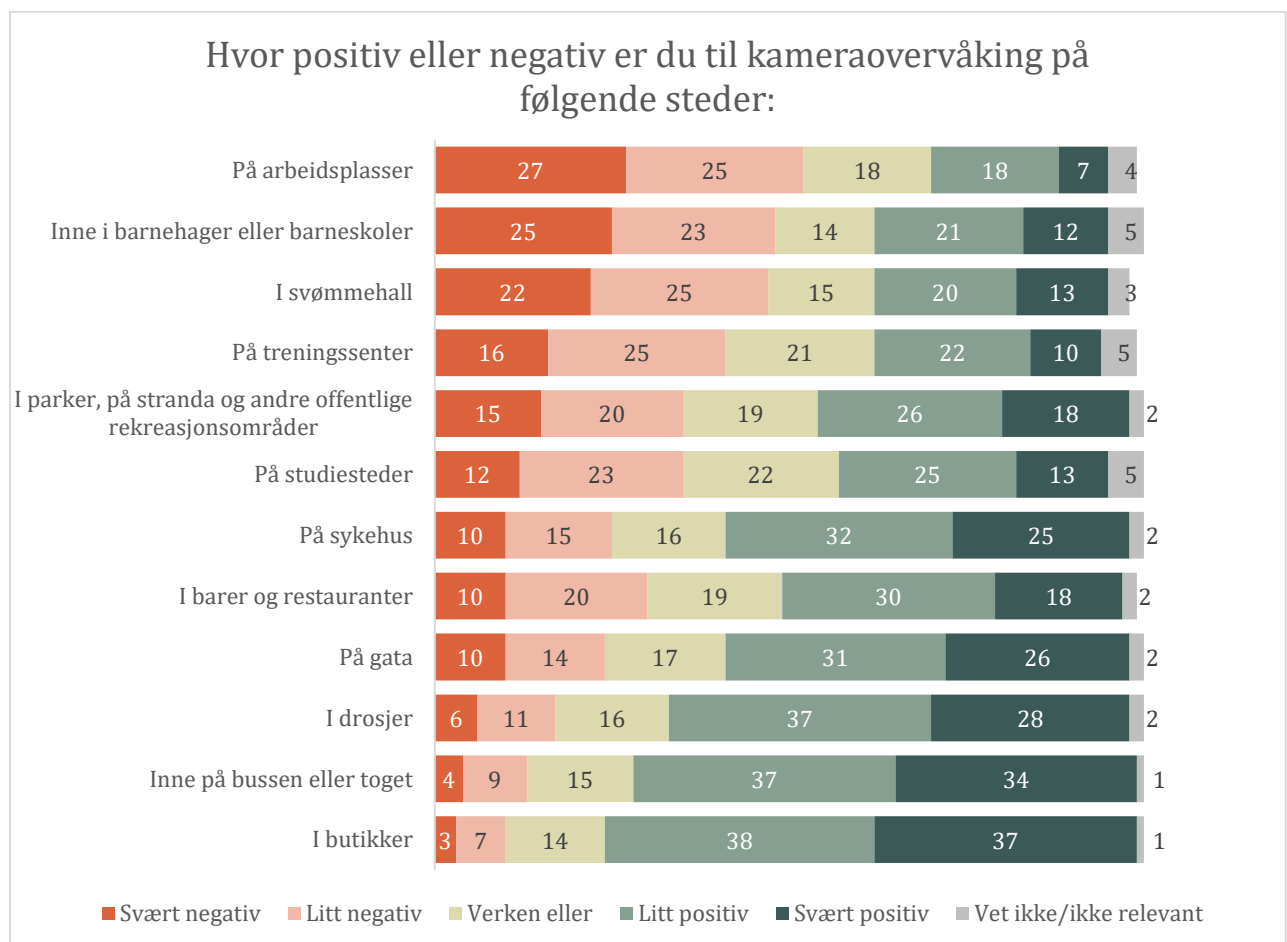
Noen apper for spill og underholdning samler inn brukernes posisjonsdata uten at det er nødvendig for at spillet eller underholdningstjenesten skal kunne fungere, og selger denne informasjonen til tredjeparter. Ofte er det også vanskelig for brukeren å vite at samtykket inkluderer et slikt salg. [NRK har skrevet en rapport om enkelte selskaper som selger detaljert informasjon om nordmenns mobilbevegelser \(nrk.no\).](#)

Kameraovervåking og strømming av barneidrett

Det har skjedd en stor teknologisk utvikling når det gjelder overvåkingskameraer de siste årene, og kameraene kan etter hvert utføre et mangfold av oppgaver. Noen typer kameraer kan registrere enkle hendelser som for eksempel hver gang en dør åpner seg, mens andre kan analysere ansikter og bevegelsesmønstre og dermed få tilgang til langt mer inngripende opplysninger om enkeltindivider.

Teknologien har ikke bare blitt mer avansert, den er også billigere og enklere å bruke, noe som gjør den lett tilgjengelig for privatpersoner så vel som virksomheter. Det dukker opp stadig nye bruksområder, og dermed nye debatter om hva som er forsvarlig bruk av kameraovervåking.

For å få innblikk i folk sine holdninger til kameraovervåking, spurte vi respondentene om hvor positive eller negative de er til overvåking på tolv forskjellige steder. Det samme spørsmålet, med noen justeringer, ble stilt i 2019.



Svarene viser:

- Respondentene er mest negative til kameraovervåking på arbeidsplassen, på skolen og i barnehagen.
- Butikker vurderes som best egnet til kameraovervåking, noe 75 prosent er svært eller litt positive til.

- De spurte er mer positive til kameraovervåking på bussen og på gata enn i andre offentlige rom slik som parker og strender.
- Eldre er generelt mer positive til kameraovervåking enn det yngre mennesker er.

Svarene viser at sammenhengen overvåkingen foregår i, er avgjørende for om respondentene er positive eller negative. For eksempel vurderes kameraovervåking på buss eller tog som litt eller svært positivt av mer enn 70 prosent, mens overvåking av andre offentlige rom slik som strender eller parker, er mindre populært, der bare 44 prosent er litt eller svært positive.

På hvilke steder er folk positive til kameraovervåking?

For syv av de tolv stedene vi ber respondentene ta stilling til i undersøkelsen, er andelen som er positive til kameraovervåking størst. Her legger vi sammen de som er litt eller svært positive. Respondentene er mest positive til kameraovervåking i butikker. Dette kan handle om at mange har forståelse for at et kamera kan være et hensiktsmessig kontrolltiltak og virkemiddel mot tyveri. Inne på buss eller tog, i drosjer og på gata skiller det seg også ut en betydelig majoritet som er positive til kameraovervåking. Mange er også positive til kameraovervåking på sykehus, i barer og restauranter, på studiesteder og i offentlige rekreasjonsområder slik som parker og strender. Dette er steder der de som er positive til kameraovervåking antakelig vurderer behovet for kontrolltiltak som mer tungtveiende enn hensynet til den enkeltes personvern.

Siden vi stilte spørsmålet i 2019, ser vi at folk er mer positive til kameraovervåking i parker, strender og andre offentlige rekreasjonsområder, i drosjer, på busser og tog, og i butikker. Økningen i andelen som er litt eller svært positive til kameraovervåking på disse stedene ligger rundt fem prosentpoeng.

Størst endring ser vi i synet på kameraovervåking i barer og restauranter. I 2019 var det 40 prosent som sa at de var litt eller svært positive til kameraovervåking på slike steder, mens denne andelen er økt til 55 prosent i 2024.

Hvor vil folk ikke ha kameraovervåking?

For fire av de tolv stedene i undersøkelsen, er det flere som er litt eller svært negative til kameraovervåking enn som er positive. Folk er mest negative til å bli overvåket av kamera når de er på jobb, og omtrent like mange er negative til bruk av kamera på skoler og i barnehager. Dette harmonerer med resultatene fra undersøkelsen i 2019.

Datatilsynet mottar mange henvendelser som handler om kameraovervåking på arbeidsplasser, og det er hovedsaklig ansatte som tar kontakt for å undersøke om overvåkingen er lovlig.

Blant de som er negative til kameraovervåking på skole og i barnehager, finner vi en større andel blant dem som har barn enn blant dem som ikke har barn. Dette kan indikere at foreldre er opptatt av sine barns rett til privatliv, mens de som ikke har barn i større grad ser fordelene ved kameraenes kontrollfunksjon.

Blant de som er positive til kamera på arbeidsplassen, finner vi størst andel blant de yngste i utvalget (15 til 19 år) og de eldste (60 år og eldre). Blant de negative finner vi at heltidsansatte i større grad er negative enn deltidsansatte, studenter og pensjonister, noe som gir en indikasjon om at det kan være en sammenheng mellom grad av sysselsetting og syn på kameraovervåking på arbeidsplassen. Dette

kan handle om at det er mindre ønskelig å bli overvåket på steder der den enkelte oppholder seg lenge av gangen og utfører hverdagslige oppgaver, i motsetning til steder der folk flest tilbringer kortere tid som på en buss og i en butikk.

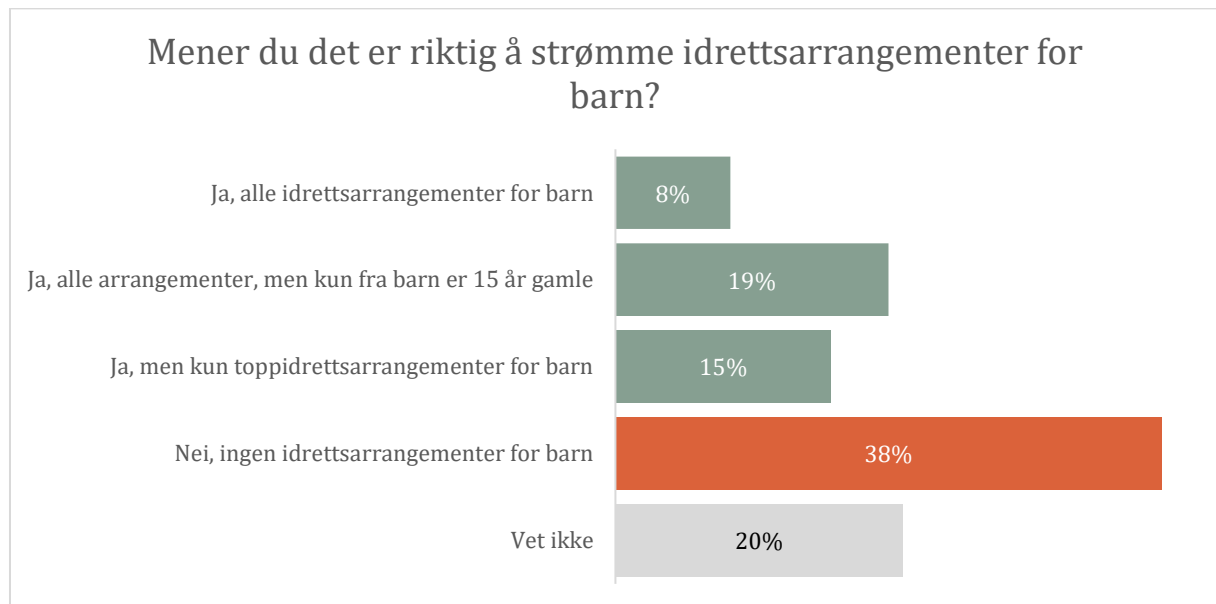
Det er også en større andel som er negative til kameraovervåking i svømmehallen og på treningssenter. De fleste ser altså ut til å ønske privatliv på avgrensede områder for rekreasjon og steder der de gjerne er mer avkledd enn ellers.

Strømming av barneidrett

De siste årene har stadig flere idrettsarrangementer for barn og unge blitt filmet og delt på internett, noe som har skapt diskusjon og bekymring for hvordan barns rett til personvern best ivaretas i idretten.

Forkjemperne for strømming, eller direktesending, av barneidrett mener at det gir en stor verdi for familie og venner å kunne følge med på barnas aktiviteter, at inntektene fra strømming til dels kommer klubbene til gode, og at det er bedre at profesjonelle tar seg av overføringen enn at enkeltindivider filmer og deler ulovlig. Motstanderne argumentere på sin side for at barn bør få utøve sin idrett i fred, og at det kan virke stigmatiserende å be om unntak, noe som kan føre til at utsatte barn heller lar være å delta.

Hva synes befolkningen om strømming av ulike former for barneidrett? Og spiller alder og nivå en rolle?



Svarene viser:

- De fleste (58 prosent) er negative eller usikre på om strømming av barneidrett er en god ide, mens fire av ti (42 prosent) er positive til en eller annen form for strømming av barneidrett.
- Kun åtte prosent mener alle idrettsarrangement for barn er riktig å strømme.

- Det er en signifikant større andel kvinner som synes dette generelt er en dårlig ide, eller at de ikke vet.
- De som har barn er mer positive til å strøkke barneidrett enn de som ikke har barn.
- Aldersgruppen 15 til 19 år er mer positive til all form for strømming av barneidrett enn eldre.

Respondentene er delt i synet på strømming av ulike varianter av barneidrett, men svært få vil åpne opp for strømming av barneidrett uavhengig av barnas alder.

Hva synes den aktuelle aldersgruppen selv? I aldersgruppen 15 til 19 år er det 65 prosent som er positive til strømming av barneidrett generelt, mot snittet på 41 prosent. Det er også i denne aldersgruppen at flest er positive til strømming av alle arrangementer, men ikke for barn som er yngre enn 15 år (33 prosent). Denne aldersgruppen er imidlertid også delt: 17 prosent synes ikke det bør strømmes i det hele tatt, og 19 prosent er usikre på om dette er en god ide. I motsatt ende av skalaen finner vi aldersgruppen 60 år og eldre der 45 prosent mener det er en dårlig ide å strøkke barneidrett.

De som har barn, er mer positive til strømming enn gjennomsnittet. Halvparten av de som har barn, mener at det er en god ide å strøkke barneidrett i en eller annen form, mot 38 prosent blant de som ikke har barn. Dette indikerer at det er en viss interesse for tjenesten i leverandørens målgruppe. Samtidig er det 34 prosent i den samme målgruppen som mener dette er en dårlig ide, og 15 prosent som er usikre.

Respondentene er delt i synet på strømming av barneidrett, noe som gjenspeiler debatten som har pågått siden slike tjenester først ble introdusert. Ettersom det i stor grad dreier seg om strømming av lagidrett, vil det som regel filmes mange barn samtidig, og undersøkelsen viser at det er en stor sannsynlighet for at det blant disse enten er barn som er negative til overføringen, eller at deres foresatte er det.



MyGame og strømming av barneidrett

I desember 2022 var det stor medieoppmerksomhet om strømmetjenesten MyGame som strømmet kamper innen breddeidrett for barn ned til 15 år. Datatilsynet mottok en rekke henvendelser fra foresatte og klubber som uttrykte usikkerhet og bekymring for denne praksisen. I 2023 lanserte vi derfor veiledning om strømming av idrettsarrangementer for barn på nettsidene våre.

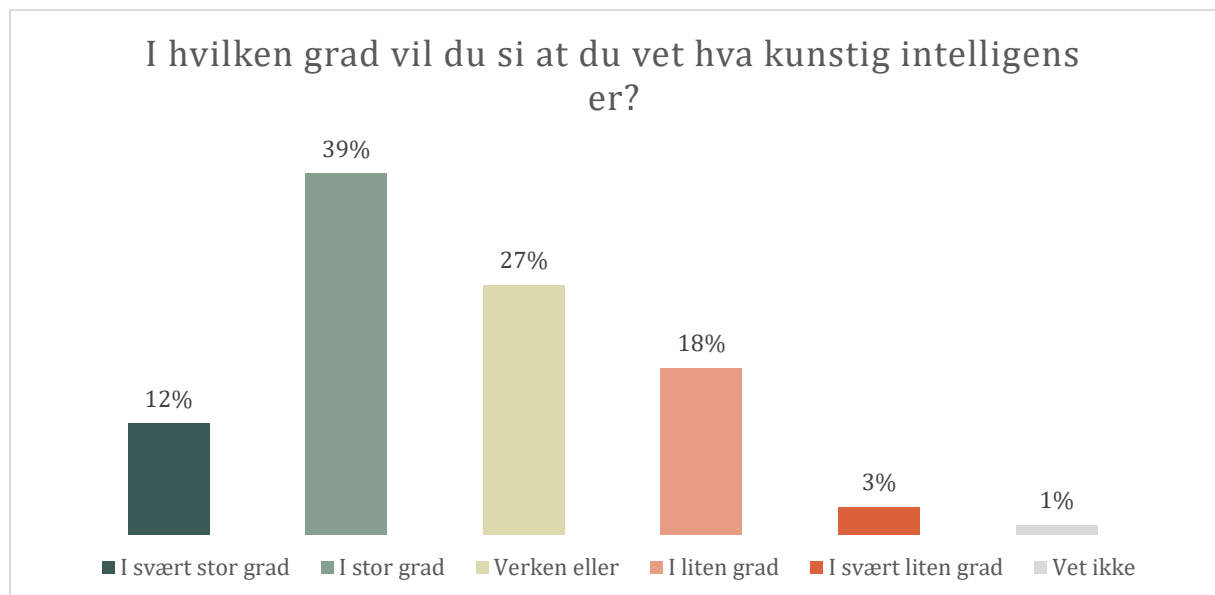
Kunstig intelligens

Teknologisk utvikling skjer ikke nødvendigvis gradvis og linært – noen ganger oppstår det plutselige endringer og omveltninger som drastisk endrer flere samfunnsområder. Ett eksempel på dette er OpenAIs lansering av ChatGPT – en chatbot basert på generativ kunstig intelligens og som kan tolke og skrive tekster. En gratisversjon av ChatGPT ble gjort tilgjengelig i slutten av 2022, og dermed kunne alle interesserte leke seg med dette kraftfulle verktøyet.

Kunstig intelligens i ulike former inntar nå så og si alle arenaer hvor personopplysninger blir behandlet – både i offentlig og privat sektor. Kunstig intelligens blir ikke bare brukt for å skreddersy reklame, men enkeltindividets personopplysninger kan gå inn i datasett som brukes for å lære opp en maskinlæringsmodell som brukes til å utvikle tjenester og produkter generelt. Personvernregelverket er en viktig rettesnor for å sette grensene for innhenting og bruk av opplysninger i en kunstig intelligenssammenheng.

Det er urimelig å forvente at gjennomsnittsnordmannen skal ha detaljert kunnskap om hvordan ulike former for kunstig intelligens fungerer. Nå som teknologien er på full fart inn i arbeidslivet og i private hjem, er det imidlertid viktig med litt kunnskap for å kunne ivareta personvernet, enten det handler om å vurdere hvilke opplysninger man skal gi fra seg eller om man som ansatt skal bistå i å vurdere en ny tjeneste på jobben.

Vi har derfor spurt om i hvilken grad folk vet hva kunstig intelligens er.



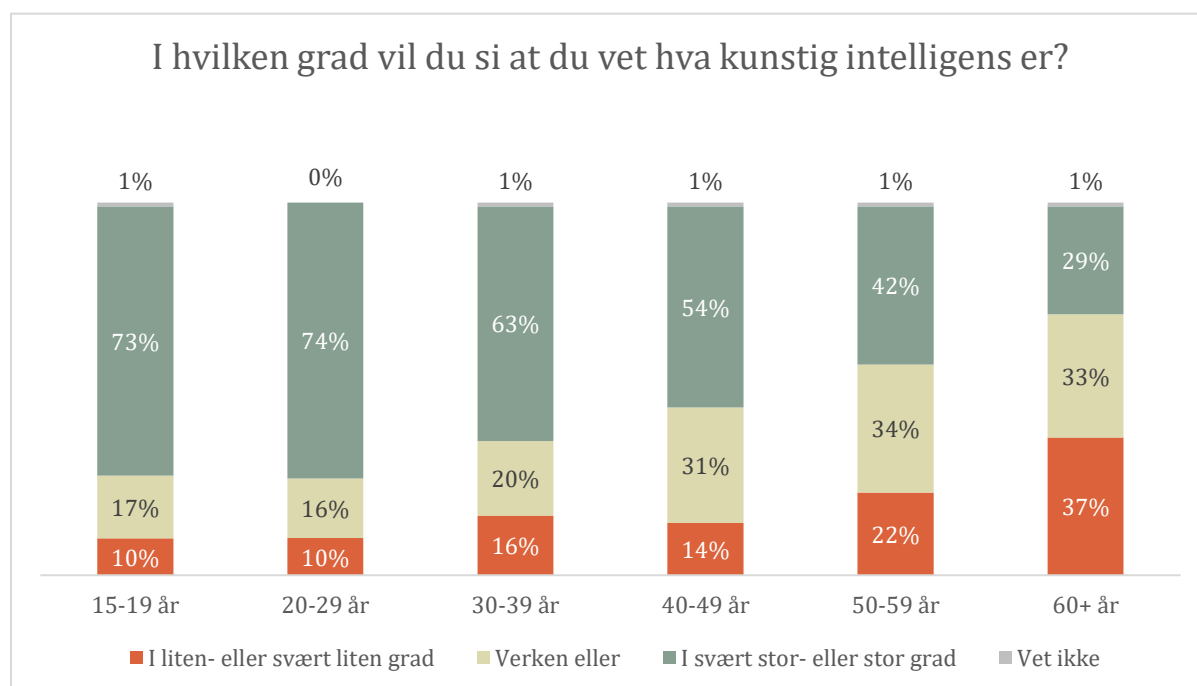
Svarene viser at:

- Litt over halvparten av befolkningen (51 prosent) oppgir at de i stor eller svært stor grad vet hva kunstig intelligens er.
- Et mindretall (21 prosent) oppgir å i liten eller svært liten grad vite hva kunstig intelligens er, mens bortimot én av tre svarer «verken eller».
- Det er en større andel høyt utdannede blant de som har kjennskap til kunstig intelligens.

Alt i alt sier de fleste at de har en viss kjennskap til kunstig intelligens. Mens 12 prosent i svært stor grad mener de vet hva kunstig intelligens er, er det flest (39 prosent) som oppgir at de i stor grad kjenner til teknologien. Det er få som i svært liten grad opplever å vite hva kunstig intelligens er. Det er en betydelig større andel høyt utdannede (60 prosent) som i stor eller svært stor grad har kjennskap til teknologien enn gjennomsnittet (51 prosent).

En relativt stor andel (27 prosent) har valgt å svare «verken eller» på dette spørsmålet, noe som indikerer en usikkerhet. Kunstig intelligens brukes i et bredt utvalg av tjenester og funksjonalitet, og det omtales i forbindelse med veldig ulike oppgaver i de fleste sektorer. Dette kan bidra til å skape usikkerhet rundt hva som er kunstig intelligens, og hva som ikke er det.

Alder spiller en rolle i kjennskapen til kunstig intelligens



Vi ser altså tydelige forskjeller i kjennskapen til kunstig intelligens mellom de ulike aldersgruppene. Mens det kun er 10 prosent av unge mennesker under 30 år som oppgir at de i liten eller svært liten grad vet hva kunstig intelligens er, er det 37 prosent i alderen 60 år og eldre som oppgir det samme. Andelen som velger svaralternativet «verken eller» øker også med alder.

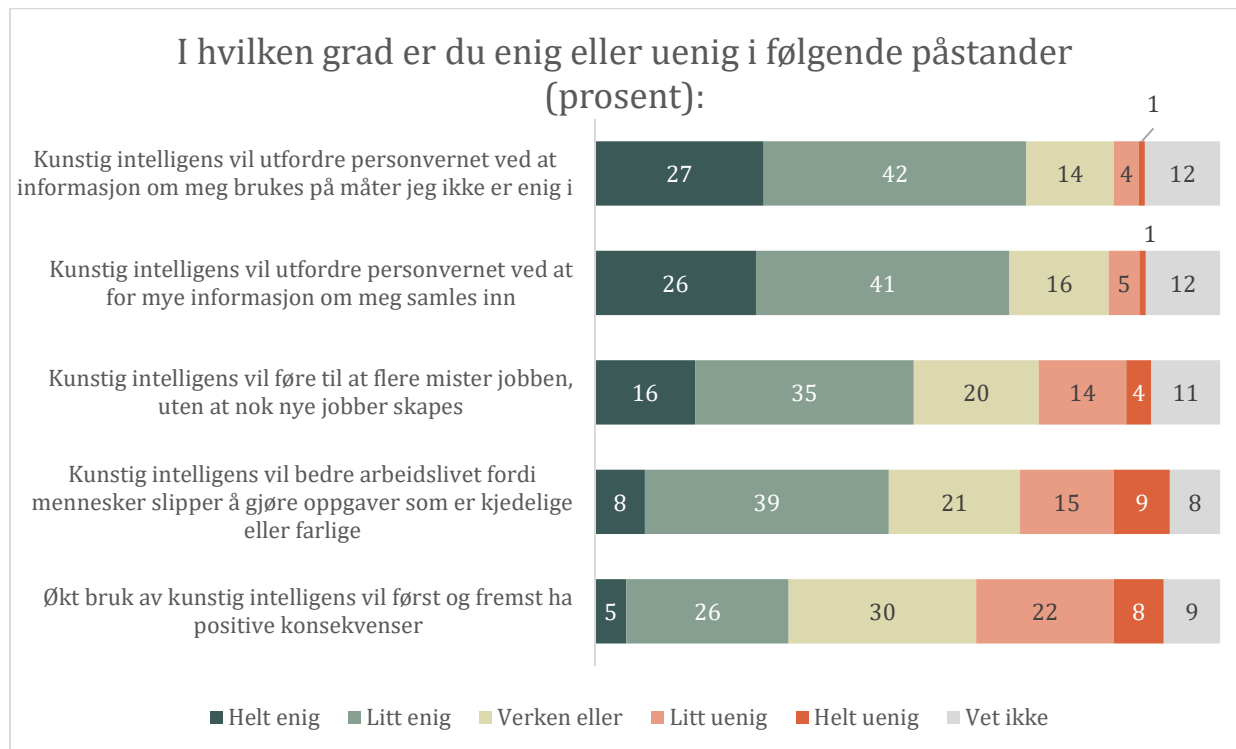
Spriket mellom aldersgruppene kan delvis gjenspeile hvilke praktiske erfaringer folk har i hverdagen, og om den enkelte har tilknytning til institusjoner hvor kunstig intelligens blir brukt. For eksempel er verktøy som ChatGPT tatt i bruk mange utdanningsinstitusjoner, noe som støttes av at 78 prosent av studentene som har svart på undersøkelsen sier at de i stor eller svært stor grad vet hva kunstig intelligens er. Dette er langt høyere enn gjennomsnittet på 51 prosent.

Unge utstrakte bruk av mobilapplikasjoner kan også ha en innvirkning, ettersom kunstig intelligens har blitt integrert i flere apper som er populære blant de unge. For eksempel har Snapchat introdusert MyAI som er en chatbot basert på generativ kunstig intelligens, i sin tjeneste.

Kunstig intelligens utfordrer personvernet

Populærkulturen har gitt oss mange fremstillinger av hvordan fremtiden kan se ut med kunstig intelligens, både av det dystopiske og fantastiske slaget. Hvilke forventninger og holdninger har befolkningen til konsekvensene av å introdusere kunstig intelligens på et helt overordnet nivå, på arbeidslivet og på personvernet?

For å få svar på dette har vi bedt respondene om å ta stilling til enkelte påstander om kunstig intelligens.



Svarene viser at:

- De fleste respondentene (69 prosent) mener at kunstig intelligens vil utfordre personvernet.
- Undersøkelsen viser at synet på hvorvidt kunstig intelligens først og fremst vil ha positive konsekvenser er delt.
- Rundt halvparten av de spurte (46 prosent) mener at kunstig intelligens vil gjøre arbeidslivet bedre fordi mennesker slipper å gjøre oppgaver som er kjedelige eller farlige, og omtrent like mange mener at det vil føre til at flere mister jobben uten at nok nye jobber skapes.

Mange ser personvernutfordringer ved kunstig intelligens. Nesten syv av ti mener at kunstig intelligens vil utfordre personvernet ved at informasjon om dem samles inn og brukes på måter de ikke er enige i. Omtrent like mange mener at personvernet vil utfordres ved at for mye informasjon om dem samles inn. De som vet hva kunstig intelligens er, svarer i større grad at de er enige i påstandene om at kunstig intelligens vil utfordre personvernet enn de som ikke vet hva kunstig intelligens er. Den yngste aldersgruppen skiller seg ut ved å være mindre skeptiske til at kunstig intelligens samler inn personopplysningene deres (55 prosent) enn resten av befolkningen (66

prosent). De er derimot like skeptiske som resten av befolkningen til at kunstig intelligens vil bruke opplysningene på måter de ikke er enige i.

Omtrent halvparten av befolkningen ser både positive og negative sider ved innføringen av kunstig intelligens på arbeidsplasser. Litt under halvparten (46 prosent) mener at teknologien kan virke avlastende, mens 50 prosent mener det kan bidra til at ansatte blir overflødige. Blant de som vet hva kunstig intelligens er, svarer en større andel at teknologien vil bidra positivt i arbeidslivet, men skiller seg ikke ut i synet på at kunstig intelligens vil føre til at flere vil miste jobben.

Datatilsynet stilte spørsmål om kunstig intelligens og arbeidsliv også i [en undersøkelse i 2017](#). Tallene viser at det er 10 prosent flere i 2024 som er enige i at arbeidslivet vil bedres fordi mennesker slipper å gjøre oppgaver som er kjedelige eller farlige.

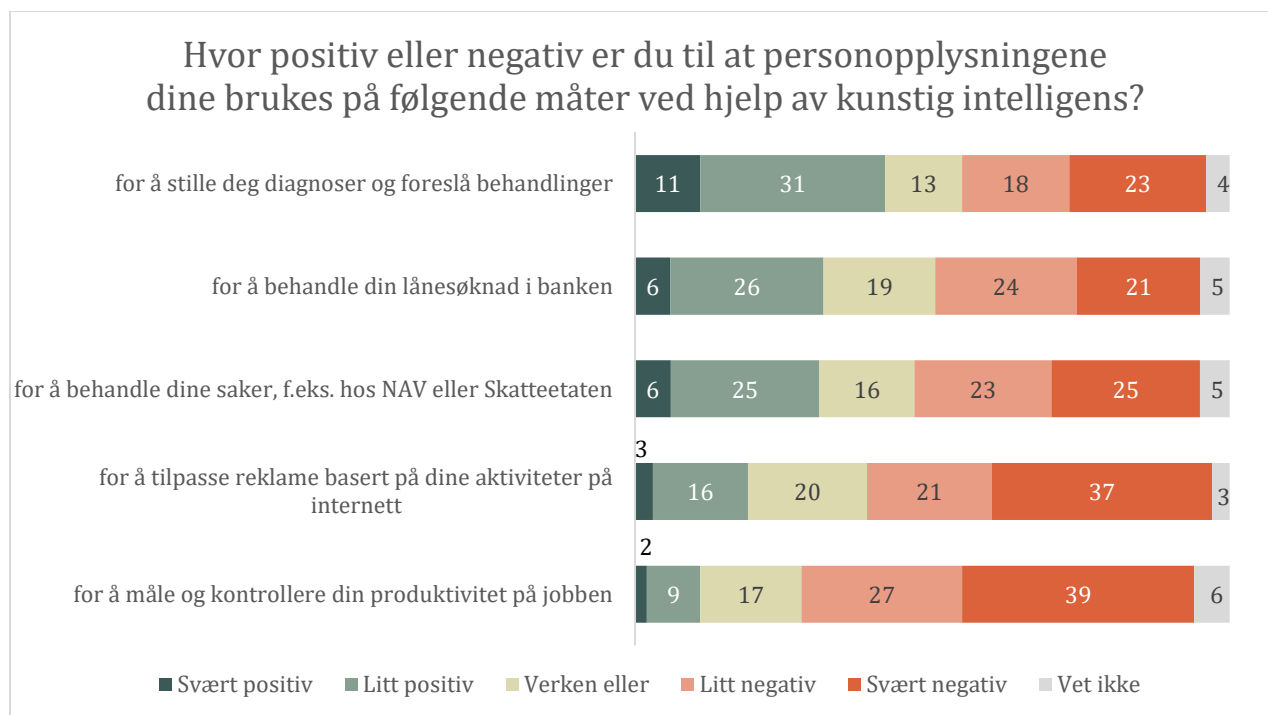
Når det gjelder påstanden om at kunstig intelligens vil virke positivt på samfunnet, er respondentene adskillig mer delt. Dette tyder på at det ikke er en tydelig konsensus blant befolkningen om rollen til kunstig intelligens i samfunnet, og det er rimelig å anta at mange ser både positive og negative sider. Også her spiller kunnskap om kunstig intelligens en rolle. Det er en signifikant større andel blant de som vet hva kunstig intelligens er (39 prosent) som mener at bruken først og fremst vil ha positive konsekvenser, enn gjennomsnittet (31 prosent), men også i denne gruppen er det stor spredning i svarene. Sammenlignet med den nevnte undersøkelsen fra 2017, er dette påstanden der vi ser den mest markante endringen. I 2017 var det 49 prosent som var enige i at introduksjonen av kunstig intelligens ville virke positivt på samfunnet, mens andelen er falt til 31 prosent i 2024. Dette kan indikere en økende forståelse for de potensielt negative konsekvensene ved bruk av kunstig intelligens. Diskusjonen rundt teknologien har også blitt mer konkret siden 2017, og de etiske problemstillingene har kommet mer tydelig frem i samfunnsdebatten.

Den jevnt over store andelen usikre svar, det vil si de som svarer «verken eller» og «vet ikke», tyder også på at det kan være krevende å ta stilling til påstander om kunstig intelligens så tidlig i introduksjonen av en svært potent og omdiskutert teknologi.

Holdninger til konkret bruk av kunstig intelligens

Det er mange sektorer som ønsker å utnytte potensialet i kunstig intelligens for å løse oppgavene sine på en bedre måte. I denne undersøkelsen er vi interessert i folks holdninger til bruk av kunstig intelligens for å løse helt konkrete oppgaver som kan være aktuelle for mange.

Vi ba derfor respondentene ta stilling til om de er positive eller negative til at personopplysningene deres brukes for å løse svært ulike oppgaver.



Svarene viser:

- Respondentene er mest positive (42 prosent) til å bruke kunstig intelligens til å stille diagnoser og foreslå behandlinger.
- De spurte er mest negative (66 prosent) til å bruke kunstig intelligens for å måle og kontrollere produktivitet på jobben.
- De som har kunnskap om kunstig intelligens er mer positive til de ulike bruksområdene enn de som har lav kunnskap.

Blant bruksområdene respondentene ble bedt om å ta stilling til, er det kun ett der flere er positive enn negative. Det er 42 prosent som synes det er en god ide å bruke kunstig intelligens for å stille diagnoser og foreslå behandlinger, mens nesten like mange (41 prosent) er negative. Den eldste aldersgruppen skiller seg her ut ved å i større grad være positive (49 prosent) til dette bruksområdet enn resten av befolkningen. Blant de som har kunnskap om kunstig intelligens, er det 48 prosent som er litt eller svært positive til å bruke kunstig intelligens i dette arbeidet, mens 28 prosent av dem som ikke har kunnskap mener det samme. De som har kunnskap om kunstig intelligens er i det hele tatt signifikant mer positive til samtlige bruksområder enn de som ikke har kunnskap.

Kunstig intelligens er allerede i bruk i deler av helsevesenet, blant annet som støtte i vurderingen av benbrudd og kreft der det kan oppdages nye mønstre. Disse mer eller mindre kjente erfaringene, samt det overordnede formålet med å bidra til bedre helse, er mulige årsaker til at dette er bruksområdet befolkningen er mest positive til.

Respondentene er mest negative til bruk av kunstig intelligens for måling og kontroll av produktivitet på jobben. Dette er et tiltak befolkningen generelt er kritisk til, uavhengig av hvilken teknologi som blir brukt. Hele 66 prosent er negative til slik praksis, mens det kun er 11 prosent som ser oppsider ved denne måten å anvende teknologien på. Med kunstig intelligens vil det være mulig å

skape algoritmer som kartlegger og forutsier prestasjonene til de ansatte med stadig større nøyaktighet, noe som kan oppleves som svært inngripende for de ansatte. At folk er negative kan også ses i sammenheng med den generelle skepsisen til overvåking på arbeidsplassen. Overvåking i arbeidslivet er dessuten strengt regulert både av personvernregelverket og arbeidsmiljøloven.

Blant de som er kritiske til å bruke kunstig intelligens for å tilpasse reklame basert på brukeres nettaktivitet, finner vi en signifikant forskjell mellom den eldste og yngste aldersgruppen. Mens 77 prosent i alderen 60 år og eldre er negative til denne praksisen, er det 43 prosent i alderen 15 til 19 år som sier det samme.

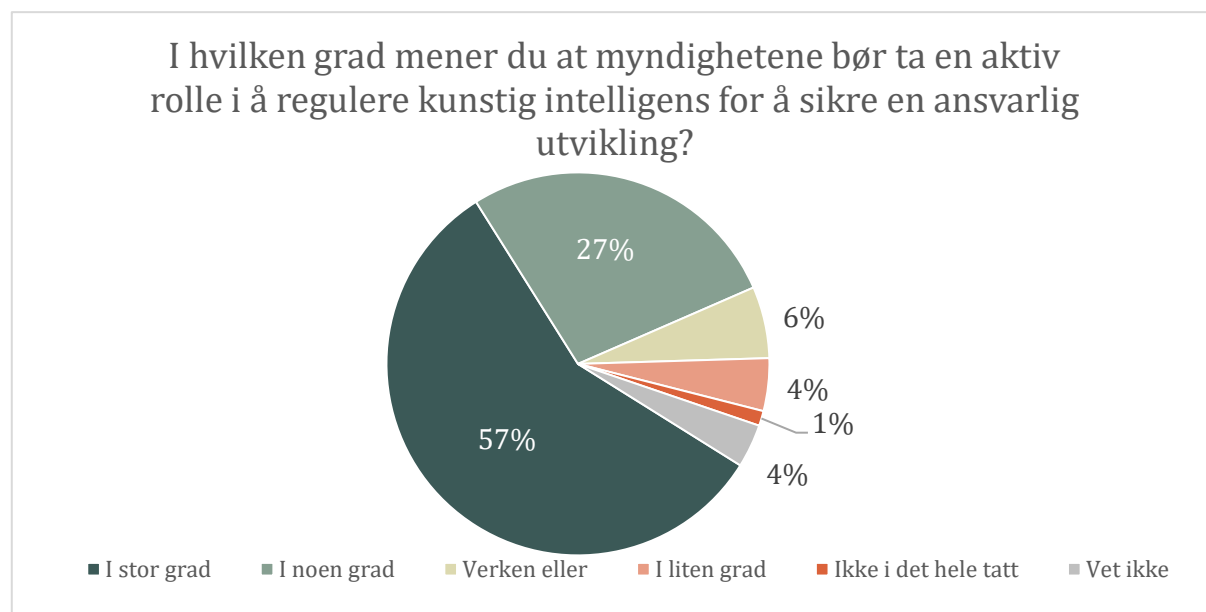
Undersøkelsen viser et mer delt syn på bruk av kunstig intelligens for å behandle saker hos offentlige myndigheter som NAV eller Skatteetaten, og til å behandle lånesøknader i banken. Mens litt under halvparten er negative til disse bruksområdene, ser omtrent en av tre potensialet i kunstig intelligens her. Dette er bruksområder med mindre kjent utprøving av kunstig intelligens, og der det foregår diskusjoner rundt etiske problemstillinger slik som rettferdig behandling og diskriminering. Spørsmålene som diskuteres er for eksempel om en algoritme kan ta en god beslutning om hvem som får stønad eller lån.

Også her kan vi anta at de delte meningene om konkret bruk av kunstig intelligens for å løse sentrale oppgaver, kan skyldes at bruken av kunstig intelligens er i en tidlig fase, og det er usikkert hva den kan brukes til og hvilke fordeler og ulemper den kan ha.

Bør myndighetene være på banen?

Hvordan sikre at utviklingen av kunstig intelligens skjer på en måte som kommer alle til gode, og som ikke er til skade for samfunnet? Debatten rundt reguleringen av kunstig intelligens har handlet mye om å bidra til innovasjon og verdiskapning på den ene siden, og på den andre siden å sørge for en ansvarlig utvikling som ivaretar menneskerettigheter og viktige samfunnshensyn.

Vi spurte derfor respondentene om å ta stilling til i hvilken grad myndighetene bør ta en aktiv rolle i å regulere kunstig intelligens.

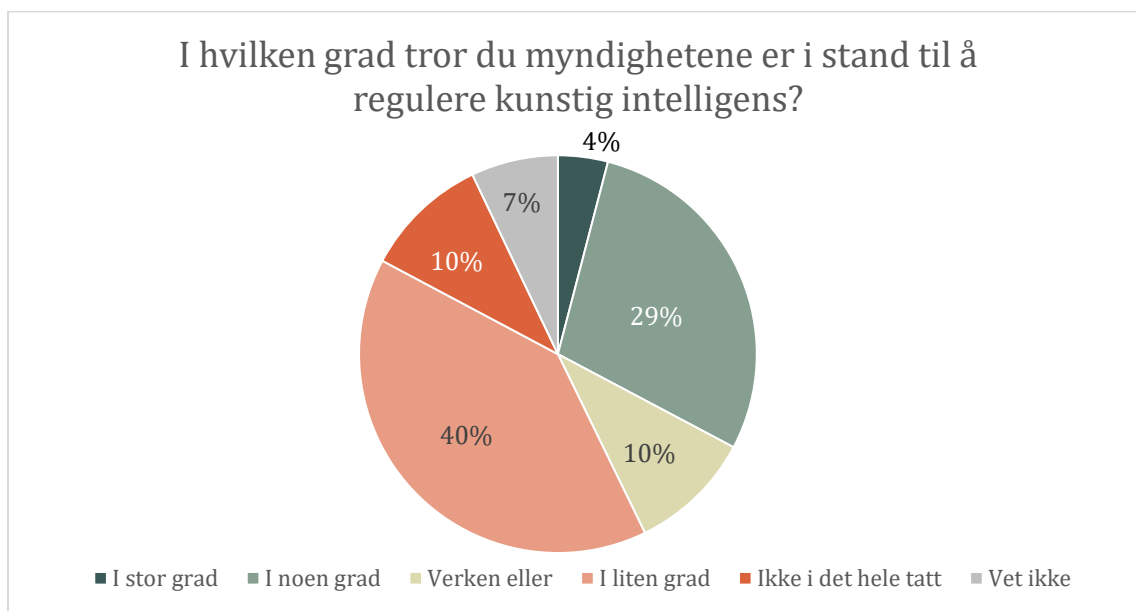


Svarene viser:

- Et stort flertall (84 prosent) mener at myndighetene bør ta en aktiv rolle i noen eller stor grad.
- Mindretallet (fem prosent) mener det motsatte.
- Høyt utdannede mener i større grad (92 prosent) at myndighetene bør ta en aktiv rolle i stor eller noen grad enn de som har lav eller ingen formell utdanning.

Tallene viser at det er en bred enighet om at myndighetene bør ta en aktiv rolle i reguleringen. Dette synet har også vært fremtredende i den politiske debatten de siste årene. For eksempel var hovedbudskapet i Personvernkomisjonens rapport ((NOU 2022: 11) at det er nødvendig å få på plass en nasjonal personvernpolitikk for at digitaliseringen skal skje i tråd med grunnleggende menneskerettigheter.

Men i hvor stor grad klarer myndighetene å regulere kunstig intelligens? Teknologien kan by på stor kompleksitet, og den bruker ofte intrikate algoritmer og maskinlæringsteknikker. Derfor har vi også spurt respondentene om de mener at myndighetene er i stand til å regulere kunstig intelligens.



Svarene viser:

- Selv om det er bred støtte for at myndighetene bør ta en aktiv rolle i reguleringen av kunstig intelligens, er det betydelig færre som faktisk tror at de er i stand til å gjøre det.
- Bare en av tre mener at myndighetene i stor eller noen grad er i stand til å regulere kunstig intelligens, mens hele 50 prosent av de spurte mener det motsatte.
- Høyt utdannede har større tro på myndighetenes evne til å regulere enn de som har lav eller ingen formell utdanning.

De fleste tror altså ikke at myndighetene er i stand til å regulere kunstig intelligens.

Det er, naturlig nok, en større andel som har tro på at myndighetene er i stand til å regulere kunstig intelligens blant de som mener myndighetene bør ta en aktiv rolle, enn blant de som mener de i liten grad bør ta en slik rolle. Mens 40 prosent av den første gruppen mener myndighetene i stor eller noen grad vil kunne være i stand til å regulere kunstig intelligens, er det 13 prosent blant de som ikke ønsker myndighetenes innblanding som mener det samme. Det betyr også at det er en stor andel blant de som mener at myndighetene bør blande seg inn, som ikke tror de vil være i stand til det.

Mye av teknologien utvikles av store internasjonale selskaper, og det kan derfor være vanskelig å se for seg hvordan regulering på nasjonalt nivå skal være virkningsfullt. Mye av reguleringen vil foregå på EU-nivå, med den nye forordningen om kunstig intelligens (AI Act) som eksempel. Et annet aspekt er at det generelt er utfordrende å regulere områder som er i konstant utvikling. Lovprosesser tar tid, og det er krevende å utforme konkrete og effektive lovforslag som passer til variasjonen i bruk.

Sporing på internett

En av de store utfordringene i vår tid er å finne den rette balansen mellom datadrevet verdiskaping og individets rett til personvern.

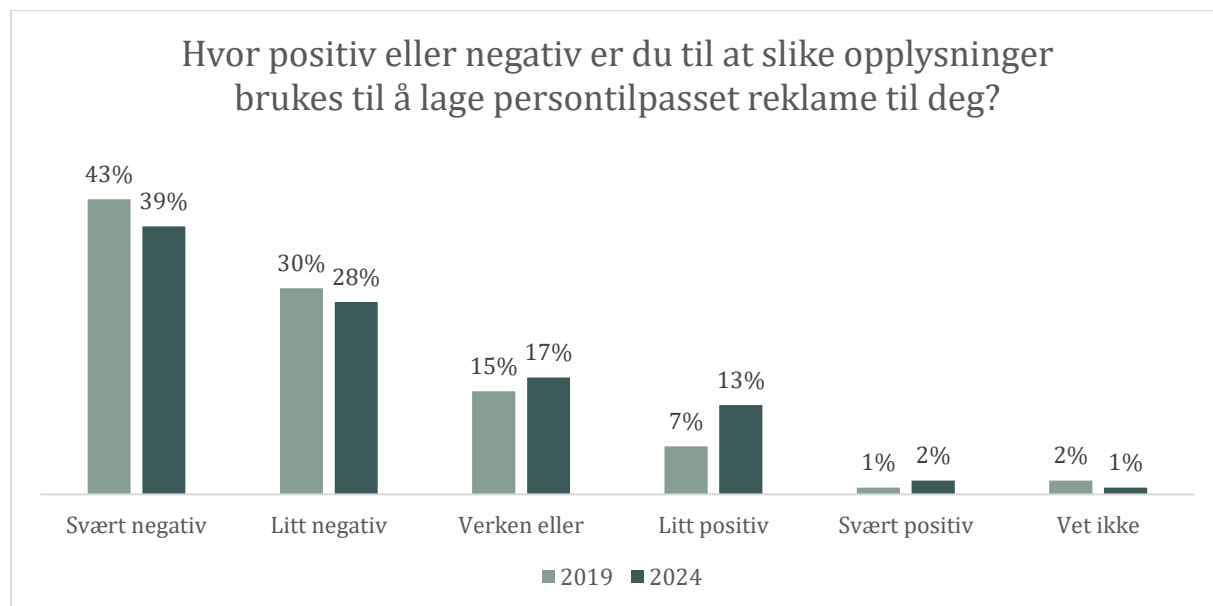
I dette kapittelet skal vi se nærmere på befolkningens holdninger til private virksomheters sporing og bruk av personopplysninger på internett. Hva synes de om adferdsbasert reklame, forstår de hva det innebærer å gi samtykke til informasjonskapsler, og hva tenker de om sporing av barns personopplysninger i skolen?

Negative til adferdsbasert reklame

En lang rekke selskaper samler informasjon om brukernes interesser og atferd når de bruker en nettside eller en tjeneste. Denne informasjonen blir kjøpt og solgt på store, internasjonale børser for at markedsførere skal kunne treffe best mulig med sine skreddersydde annonser.

Nøyaktig hva som samles inn og hva alle disse opplysningene brukes til kan det være vanskelig å vite. For å undersøke holdningene til adferdsbasert reklame, spurte vi om hvor positive eller negative de er til at opplysninger om nettaktiviteten deres brukes til å lage persontilpassede annonser.

Spørsmålet ble introdusert med følgende tekst: «De fleste nettsted, søkemotorer og sosiale medier samler inn opplysninger om din nettaktivitet for å kunne vise deg annonser som er tilpasset din atferd.»



Svarene viser:

- Et stort flertall (67 prosent) er litt eller svært negative til at nettaktiviteten deres brukes til å vise persontilpasset reklame. Det er en nedgang på 6 prosent siden 2019.
- Det er 15 prosent som er litt eller svært positive til denne praksisen. Det er en økning på 7 prosentpoeng siden 2019.

- De eldste er mer negative enn de yngre. Mens 81 prosent i aldersgruppen over 60 år er litt eller svært negative, svarer 44 prosent i alderen 15 til 19 år det samme.

Av grafen kommer det tydelig frem at majoriteten er negative til adferdsbasert reklame. Dette harmonerer med resultatet fra undersøkelsen vi gjennomførte i 2019. Blant de som er negative, finner vi en betydelig større andel eldre enn yngre, og i den yngste aldersgruppen finner vi også størst andel positive. Mens 7 prosent i aldersgruppen 60 år og eldre er positive, er det 31 prosent blant de yngste som er litt eller svært positive til at virksomheter bruker opplysninger om nettaktiviteten deres til å tilby målrettet reklame.

Utover alder fordeler svarene seg bredt i befolkningen, uavhengig av kjønn, utdanning og inntekt.

Disse svarene kan ses i sammenheng med hvilket syn befolkningen har på «nettverk og adferd i sosiale medier» som beskyttelsesverdige opplysninger. I spørsmålet om hvilke opplysninger respondentene mener er beskyttelsesverdige, så vi at nærmere åtte av ti mener at dette er informasjon som er veldig eller litt viktig å beskytte. Det er et tall som har holdt seg stabilt siden 2014. Hva brukerne søker etter i søkemotorer, oppleves beskyttelsesverdige av omtrent like mange (83 prosent), og av noe flere enn i 2019 da 77 prosent svarte det samme. De aller fleste mener altså at opplysninger om hvordan de ferdes på internett er beskyttelsesverdige og bør behandles med varsomhet.



Barn liker heller ikke persontilpasset reklame

Våren 2024 gjennomførte Ipsos en undersøkelse blant barn der to av spørsmålene handlet om barnas kjennskap til, og syn på persontilpasset reklame i apper og nettsteder. Resultatene viste at selv barn ned i 8 til 11 årsalderen er klar over at aktivitetene deres på nettet brukes for å vise dem persontilpasset reklame, og at andelen som er klar over dette øker med alder. I aldersgruppen 8 til 11 år var 47 prosent klar over denne praksisen, mens 90 prosent av 15 til 19-åringene sier det samme.

På spørsmålet om hva de synes om dette, er det få forskjeller på tvers av alder. Rundt 15 prosent liker at apper og nettsteder samler informasjon om det de gjør for å vise persontilpasset reklame, mens 46 prosent liker det dårlig.

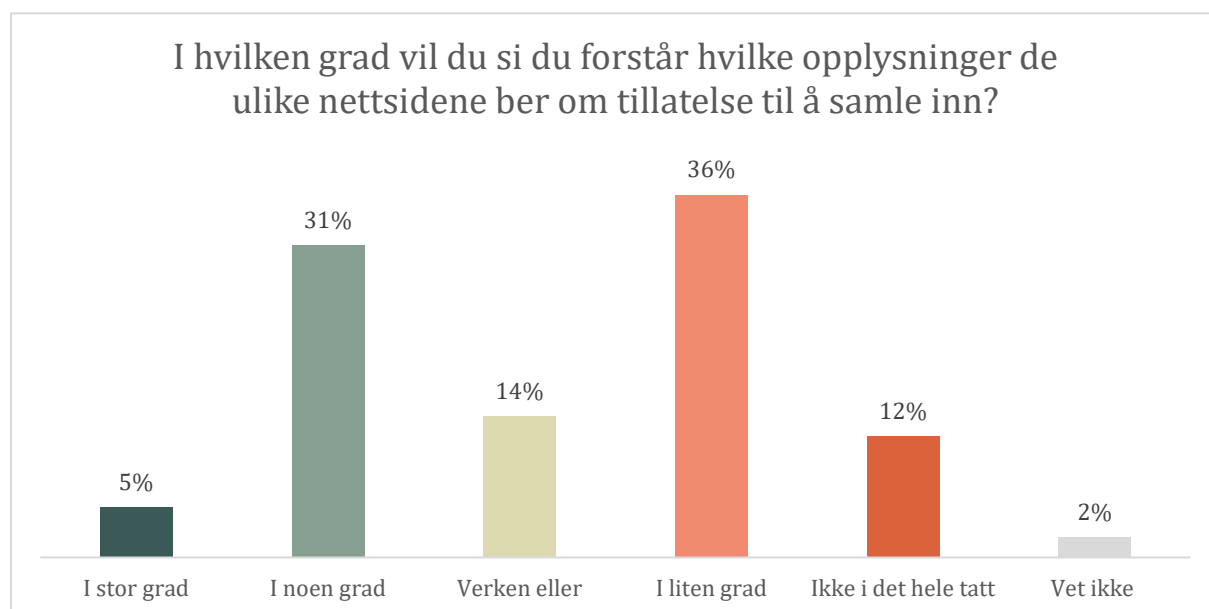
Sammenlignet med spørsmålet som ble stilt i personvernundersøkelsen, viser resultatene at det er en like stor andel (15 prosent) av barna som er positive som i den voksne delen av befolkningen. Det er imidlertid en mindre andel som sier de er negative (46 prosent) enn i resten av befolkningen (67 prosent). Blant barna er det en større andel (32 prosent) som har valgt «verken eller» enn i befolkningen for øvrig (17 prosent), noe som kan tyde på en lavere grad av bevissthet rundt temaet.

En hard kjeks

Alle som besøker ulike nettsteder får med jevne mellomrom spørsmål om å ta stilling til bruk av informasjonskapsler (cookies). Kapslene brukes til å huske informasjon om de som besøker et nettsted, slik som foretrukne innstillinger eller innloggingsdetaljer som gjør det enklere å bruke tjenesten. Andre kapsler kartlegger i detalj hvilke sider brukerne besøker, hvor lenge de er der og hva de gjør.

Uavhengig av hvilken metode en virksomhet bruker for å samle inn og bruke personopplysninger, har de plikt til å informere brukerne. Alle som bruker tjenesten skal få enkel og tydelig informasjon om hvilke opplysninger som samles inn og hva de brukes til. Vi stilte spørsmål om i hvilken grad respondentene forstår hvilke opplysninger nettsidene de besøker ønsker å samle inn, og om brukerne gjør en innsats for å kunne ta et informert valg.

Spørsmålet hadde følgende introduksjonstekst: «De fleste nettsider ber om samtykke for å kunne samle inn opplysninger om deg gjennom informasjonskapsler (cookies).»



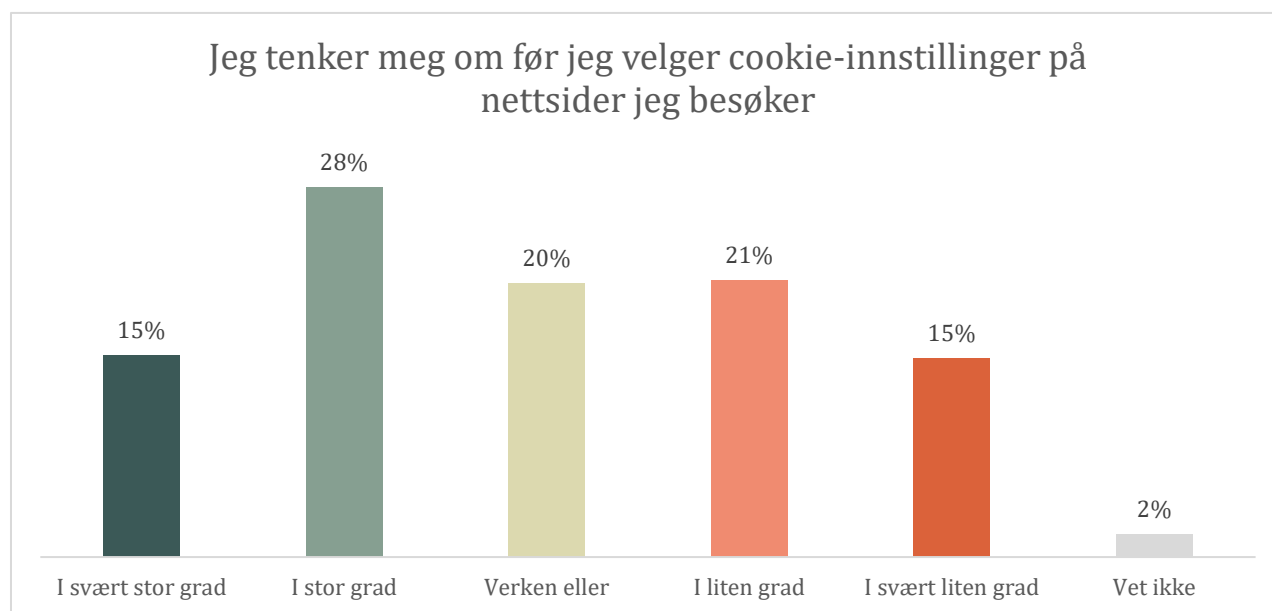
Svarene viser:

- Rett under halvparten av respondentene (48 prosent) oppgir at de i liten grad eller ikke i det hele tatt forstår hvilke opplysninger nettstedene ber om å få samle inn om dem.
- Litt over en av tre (36 prosent) sier de i stor eller noen grad forstår hvilke opplysninger nettstedene ber om.
- Det er flere menn enn kvinner som sier de forstår hva nettstedene ber om å få samle inn.

Vi ser altså at andelen som ikke forstår hva de ber om å ta stilling til når et nettsted ber om samtykke til å samle inn opplysninger om dem, er større enn andelen som forstår. Blant de som ikke forstår finner vi et bredt spekter av befolkningen der verken utdanning, alder eller inntekt spiller særlig rolle.

Det er imidlertid en større andel menn som sier de i stor eller noen grad forstår hva de bes ta stilling til.

I hvilken grad er brukerne bevisste på hvilke innstillinger de skal velge? Er de villige til å tenke seg om før de kommer i gang med den primære hensikten med å besøke siden?



Svarene viser:

- Det er stor variasjon i hvor aktivt respondentene forholder seg til informasjonskapsler.
- Litt over 40 prosent tenker seg i stor eller svært stor grad om før de velger innstillinger for bruken av informasjonskapsler.
- Rundt en av tre (36 prosent) forholder seg lite aktivt til informasjonskapsler
- Det er betydelig færre unge mennesker som sier at de tenker seg om før de tar et valg enn eldre.

Mens 43 prosent av befolkningen oppgir at de forholder seg aktivt til informasjonskapsler, sier 36 prosent at de i liten eller svært liten grad tenker seg om før de velger innstillinger for slike kapsler når de besøker en nettside. Blant de som forholder seg aktivt, sier halvparten at de i noen eller stor grad forstår hvilke opplysninger nettsidene ber om å få samle inn om dem, mens rett under 40 prosent i liten grad eller ikke i det hele tatt forstår hvilke opplysninger nettsidene ber om til tross for at de har gjort en innsats. Dette kan vise at det er vanskelig å forstå hvilke opplysninger nettsidene ber om, og dermed vanskelig å forstå hva det gis samtykke til.

Det er en relativt stor andel (20 prosent) som svarer «verken eller» på spørsmålet, noe som kan gi indikasjoner på at det varierer fra nettsted til nettsted hvorvidt brukerne ser behovet for å sette seg inn i det de blir spurt om å ta stilling til.

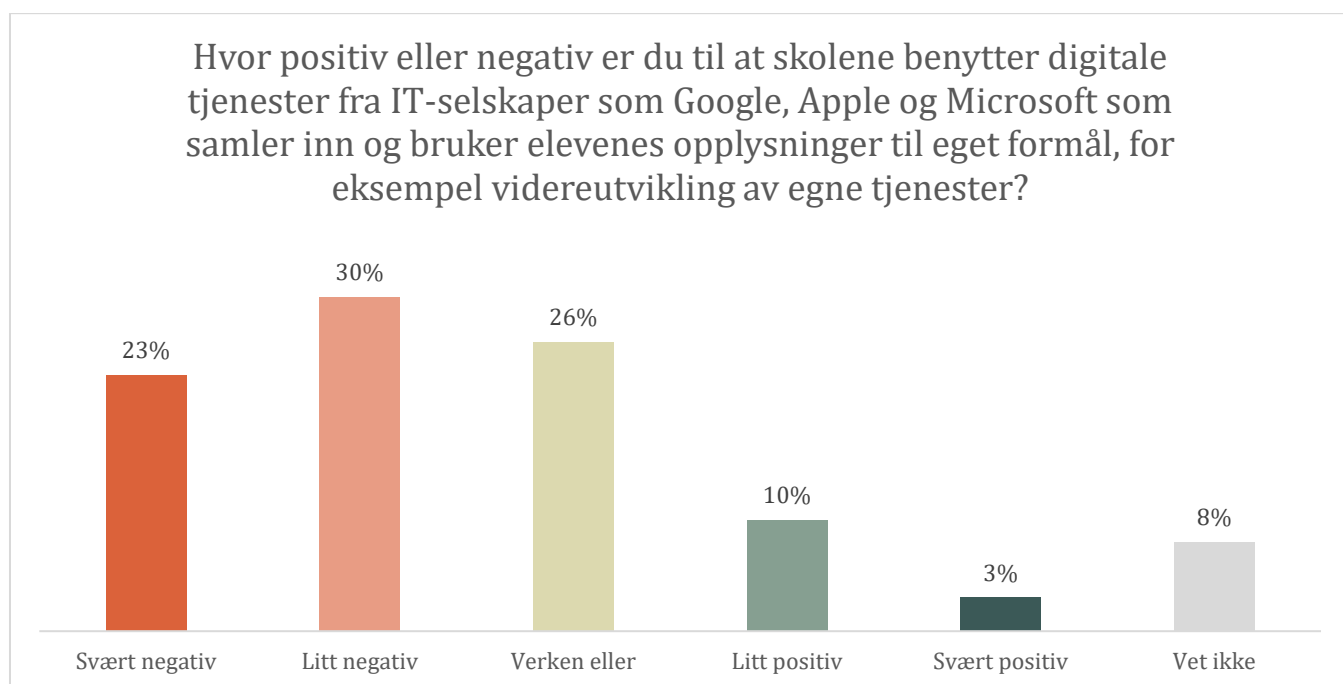
Spring i skolen

Det har skjedd en enorm digitalisering av utdanningsløpet de senere årene. Bruk av digitale verktøy i skolen fører til en omfattende innsamling og sammenstilling av data, noe som reiser en rekke nye spørsmål om ansvarsforhold, lovligheten av tjenestene, hvilke formål personopplysningene behandles for og informasjonssikkerheten i løsningene.

Barn er gitt en særskilt beskyttelse etter personvernregelverket. Det kommer av at de i mindre grad enn voksne er i stand til å kunne vurdere konsekvensene av hva behandlingen av personopplysningene deres medfører.

Personvernkommissjonen varslet i sin rapport om at skolen er et felt der personvernet har blitt nedprioritert. NOUen tydeliggjorde at digitaliseringen av skolen innebærer at kommersielle aktører i utstrakt grad behandler personopplysninger til kommersielle formål.

Vi spurte derfor om hva respondentene synes om denne praksisen.



Svarene viser:

- Litt over halvparten av de spurte er svært eller litt negative til at skolen bruker tjenester der IT-selskapene samler inn elevenes personopplysninger og bruker dem til eget formål.
- 13 prosent er litt eller svært positive.
- De som har barn er mer positive enn de som ikke har barn.
- De som er i aldersgruppen 15 til 19 år, er i større grad nøytrale eller positive enn de som er eldre.

At over halvparten (53 prosent) har svart at de er negative, kan komme av en skepsis til tjenesteleverandørenes praksis, men også speile den pågående debatten om digitale verktøys rolle i skolen generelt og de store IT-selskaperes dominans. Det at mange svarer at de ikke vet eller velger

å svare «verken eller» på spørsmålet, kan tyde på en usikkerhet og manglende oversikt over hvordan verktøyene brukes i skolen, og manglende innsikt i IT-selskapenes bruk av personopplysninger og forretningsmodell.



Det danske datatilsynet fattet vedtak mot Google

I starten av 2024 kom det danske datatilsynet med et vedtak rettet mot 53 kommuner om deres bruk av Google Chromebook og Google Workspace for Education i skolen. I følge folkeskoleloven (tilsvarende opplæringsloven i Norge) har ikke kommunene lov til dele elevenes personopplysninger med Google. Grunnen til det er at personopplysningene brukes til Googles egne formål, som for eksempel vedlikehold og utvikling av nye tjenester.

Det mangler også klarhet i hvem som egentlig er ansvarlig for personopplysningene, noe som er sentralt å identifisere da det er den ansvarlige som må følge pliktene i personvernregelverket.

Saken har overføringsverdi til Norge, og Datatilsynet er i skrivende stund i en prosess for å se hva som er hensiktsmessig å gjøre i en norsk sammenheng.

Nedkjølingseffekten

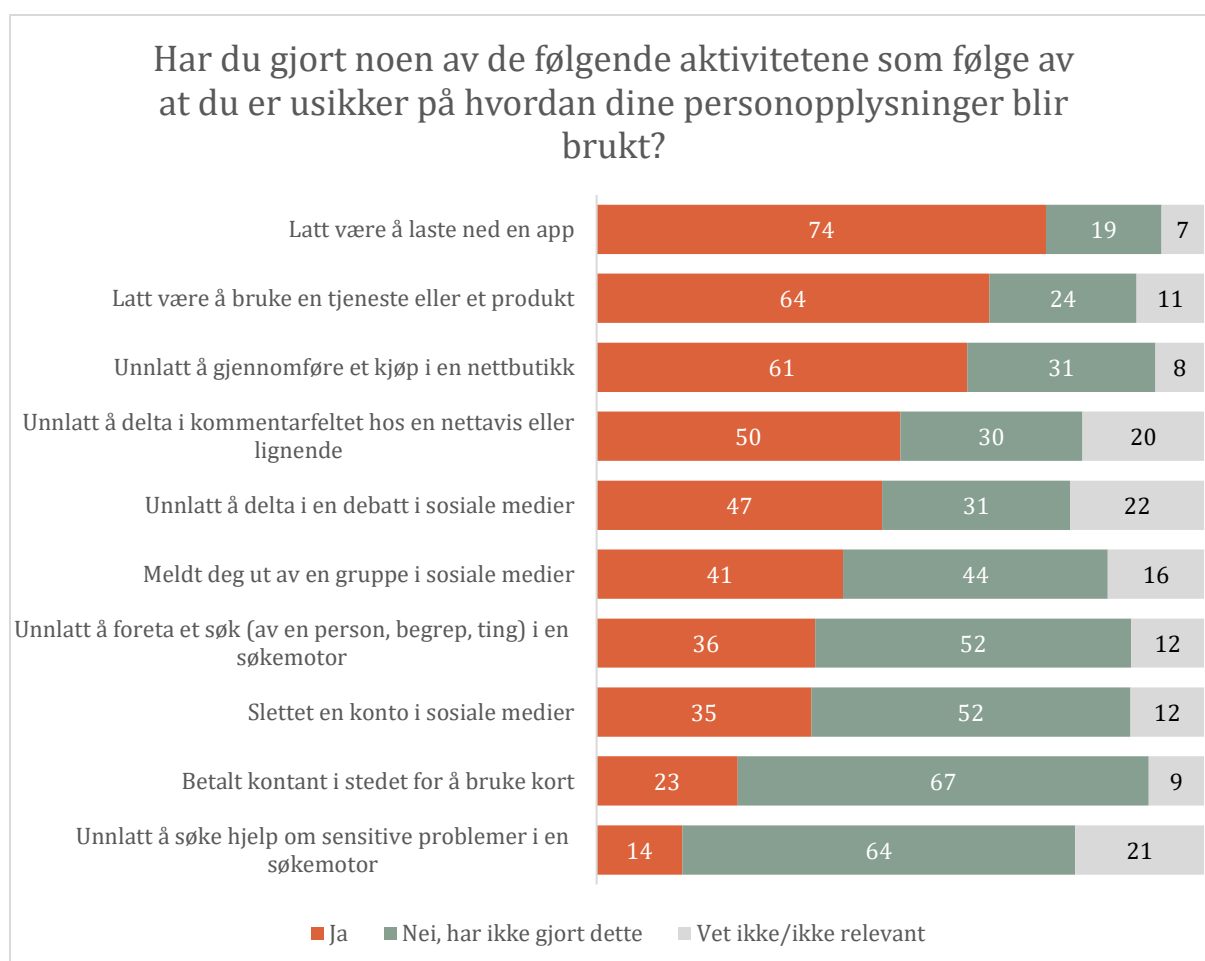
Det er ofte lurt å vurdere en app før den lastes ned, eller å tenke gjennom en kommentar før den publiseres på internett. På den måten er det lettere å unngå at viktige opplysninger havner i feil hender, eller å angre på noe som burde ha vært usagt. Når enkeltpersoner opplever frykt for å bli overvåket, eller at noen skal bruke opplysninger om dem til formål de ikke er klar over, og derfor lar være å bruke viktige tjenester eller oppsøke informasjon de trenger for å leve gode liv – eller lar være å si meningen sin i åpne meningsutvekslinger – da snakker vi om det som kan kalles nedkjølingseffekt.

Tradisjonelt har nedkjølingseffekten vært forbundet med etterretningsovervåking, fordi det lenge først og fremst var myndigheter som hadde kapasitet til å drive utstrakt overvåking. I dag bruker imidlertid de aller fleste nordmenn tjenester som samler inn store mengder personopplysninger om den enkelte som del av sin forretningsmodell.

I dette kapittelet ser vi nærmere på i hvilken grad folk endrer adferd som følge av usikkerhet til hvordan personopplysningene brukes av offentlige myndigheter og private virksomheter.

Nedkjølingseffekten påvirker vår atferd

Vi spurte om folk har endret oppførsel som følge av at de er usikre på hvordan personopplysningene de res blir brukt.



Svarene viser:

- Hele 74 prosent av de spurte har latt være å laste ned en app på grunn av at de er usikre på hvordan personopplysningene blir brukt, mens rundt 60 prosent har latt være å bruke en tjeneste eller et produkt, og å gjennomføre et kjøp i en nettbutikk.
- Halvparten av respondentene har unnlatt å delta i kommentarfeltet hos en nettavis eller lignende, mens rett under halvparten (47 prosent) har unnlatt å delta i en debatt i sosiale medier. Hele 41 prosent har meldt seg ut av en gruppe på sosiale medier.
- Mens 36 prosent har unnlatt å foreta søk på en søkemotor, har 14 prosent unnlatt å søke hjelp eller finne informasjon om mental helse, misbruk, avhengighet eller andre sensitive problemer i en søkemotor på nett.

De fleste har droppet en app, tjeneste eller en nettbutikk

Et tydelig funn i undersøkelsen, er at et flertall av respondentene har latt være å laste ned apper, eller å kjøpe produkter og tjenester, som følge av usikkerhet rundt hvordan personopplysningene deres blir brukt. Dette viser at personvern hensyn har en påvirkning på hvilke valg de tar i hverdagen. Det viser også at det er mange som vurderer virksomhetenes håndtering av personopplysninger før de kjøper et produkt eller benytter seg av en tjeneste. I tilfeller hvor det er snakk om å benytte seg av tjenester levert av det offentlige, kan et valg om å avstå fra å bruke tjenesten i ytterste konsekvens påvirke tilgangen til offentlige tjenester. Hvilke typer apper og tjenester respondentene har unnlatt å laste ned, har vi ikke sett nærmere på i denne undersøkelsen.

Aldersgruppen 15 til 19 år skiller seg fra resten av respondentene ved at en signifikant lavere andel (48 prosent) enn gjennomsnittet (64 prosent) har latt være å bruke en tjeneste eller et produkt. I motsatt ende av skalaen finner vi aldersgruppen 50 til 59 år der hele 72 prosent bekrefter at de har gjort dette.

Vi ser størst endring i hvordan folk forholder seg til nettbutikker. I 2019 var det 47 prosent som svarte at de hadde unnlatt å gjennomføre et kjøp i en nettbutikk fordi de har vært usikre på hvordan personopplysningene blir brukt. I 2024 er tallet 61 prosent, en økning på 14 prosentpoeng. Det er nærliggende å anta at dette har en sammenheng med at det ble mer vanlig å handle på nett under



Er sporingen ute av kontroll?

I Forbrukerrådets rapport «[Out of Control](https://forbrukerradet.no)» ([pdf, forbrukerradet.no](https://forbrukerradet.no)) undersøkte de hvordan et utvalg apper samlet inn personopplysninger om brukerne. Forbrukerrådet mente at innsamlingen og bruken av personopplysninger i disse appene var massiv og ukontrollert, og dermed brøt med personvernlovgivningen.

Økt oppmerksomhet i mediene om ulovlig sporing i apper, kan ha bidratt til at flere borgere overveier personvernrisikoen ved å laste ned apper.

pandemien, og at det i den forbindelse dukket opp et stort antall useriøse aktører. I tillegg må svarene forstås i lys av at økonomiske opplysninger vurderes som svært beskyttelsesverdige, og at mange derfor kan være skeptiske til å dele slike opplysninger med nettbutikker.

Unngår å delta i debatt og kommentarfelt

Svarene viser at mange har unngått aktiviteter som involverer å delta i det offentlige ordskiftet. Halvparten av de spurte har valgt å la være å delta i kommentarfeltet hos nettaviser og lignende, mens nesten like mange har holdt seg unna debatter i sosiale medier. Vi ser at det er en betydelig større andel kvinner enn menn som sier at de har avstått fra å delta i en debatt i sosiale medier eller kommentert i en nettavis. Det er en overvekt av respondenter med høy formell utdanning blant de som oppgir å ha avstått fra disse aktivitetene, i forhold til de med lavere eller ingen utdanning.

Mange politikere og andre meningsbærere bruker både sosiale medier og nettaviser som plattform for politisk diskusjon. Det er uheldig at en så stor andel av befolkningen velger å la være å delta, og at enkelte grupper avstår fra å si sin mening i større grad enn andre.

Avstår fra å søke om sensitive problemer

Undersøkelsen viser at 14 prosent av respondentene har unnlatt å søke hjelp eller finne informasjon om mental helse, misbruk, avhengighet eller andre sensitive problemer i en søkemotor på nett fordi de er usikre på hvordan opplysningene blir brukt. Undersøkelsen viser også at de i aldersgruppen 15 til 19 år, og de som har lav eller ingen utdanning, oftest unnlater å gjøre slike søk. Elever skiller seg også ut fra gjennomsnittet, der så mange som 31 prosent oppgir at de har unnlatt å søke etter sensitiv informasjon. De som lever på trygd skiller seg også ut ved at 22 prosent i denne gruppen oppgir det samme.

Dette er bekymringsverdige funn ettersom mennesker som søker informasjon om psykisk helse, misbruk og avhengighet ofte er i en sårbar situasjon, og et søk i en søkemotor kan være det første steget mot å få hjelp.

Penger og opplysninger om privatøkonomi

Hvordan befolkningen gjennomfører betalingsstransaksjoner har gjennomgått betydelige endringer de siste tiårene. I 1993 utgjorde kontanter – det vil si sedler og mynter – 85 prosent av betalinger til utsalgssteder, mens i 2023 var andelen kontanter bare tre prosent.

Nordmenn har nå i stor grad omfavnet digitale alternativer, enten det er gjennom betalingskort eller betalingsapper. Denne utviklingen akselererte under pandemien, hvor kontanter i begynnelsen ble assosiert med kontaktsmitte og hvor noen virksomheter nektet å motta kontanter.

Skiftet vekk fra kontanter har konsekvenser for personvernet. Kontanter etterlater i utgangspunktet ikke digitale spor, mens finansielle transaksjoner via bankkort eller betalingsapper etterlater personopplysninger i form av elektroniske spor som avslører kjøpemønstre og atferd.



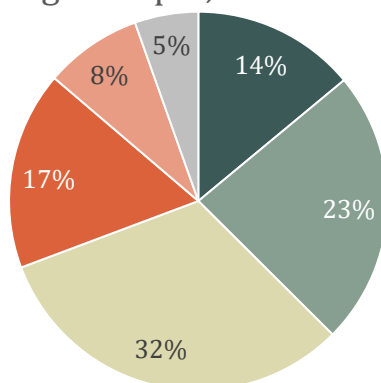
Fremtidens betalingsformer

I 2023 ble det utnevnt et betalingsutvalg som skulle se på utviklingen på betalingsfeltet og rollen til kontanter i samfunnet. Ifølge mandatet skal de også vurdere behovet for regelverksendringer for å legge til rette for blant annet digitale sentralbankpenger, som er en digital versjon av kontanter, utstedt av bankene.

Det er usikkert om andre betalingsalternativer kan sikre samme grad av anonymitet som kontanter. Flere teknologioptimister har fremhevet kryptovaluta, især Bitcoin, som fremtidens anonyme valuta. Anonymiteten er imidlertid ikke garantert ettersom alle transaksjoner loggføres og brukeren er avhengig av å ha en konto.

I lys av den usikre fremtiden til anonyme betalingsmidler, spurte vi om hvor viktig det er for folk å kunne betale anonymt, altså uten å etterlate digitale spor.

Hvor viktig er det for deg å kunne betale anonymt, altså uten å etterlate digitale spor, hvis du skulle ønske det?



■ Svært viktig ■ Ganske viktig ■ Verken eller ■ Ganske uviktig ■ Svært uviktig ■ Vet ikke

Svarene viser:

- Det er store forskjeller i synet på hvor viktig det er å betale anonymt.
- Det er flere (37 prosent) som mener det er viktig enn uviktig (25 prosent).
- En nesten like stor andel (32 prosent) svarer «verken eller».

At en så stor andel som 37 prosent mener det er viktig å kunne betale anonymt ved behov er interessant når vi har sett at bruken av kontanter har gått ned.

I avsnittet om nedkjøling så vi at 23 prosent av de spurte har valgt å bruke kontanter fordi de var usikre på hvordan personopplysningene deres ville bli brukt. Blant de som sier at det er svært viktig å kunne betale med kontanter, er det naturlig nok en større andel (42 prosent) som har gjort dette. Blant de som synes det er svært uviktig å kunne betale med kontanter, er det like fullt 19 prosent som har brukt kontanter fordi de har vært usikre på hvordan opplysningene ville bli brukt. Dette kan indikere at mange anerkjenner verdien av anonyme betalinger, men at selv de som synes det er svært viktig å kunne betale med kontanter ikke nødvendigvis benytter seg av denne betalingsmetoden.

Blant de som mener at det er viktig å kunne betale anonymt om man skulle ønske det, finner vi en større andel i aldersgruppen 15 til 19 år (47 prosent) enn i befolkningen for øvrig (37 prosent).

Hvordan stiller folk seg til å dele finansielle opplysninger?

At penger i økende grad tar digitale former, åpner for utviklingen av nye finansielle tjenester. De store internasjonale teknologivirksomhetene har lenge prøvd å inkludere finansielle tjenester i sine økosystem av tjenester. Disse er utfordrere til tradisjonelle banker ettersom nytt regelverk i Europa har åpnet opp for mer konkurranse i markedet for finansielle tjenester.

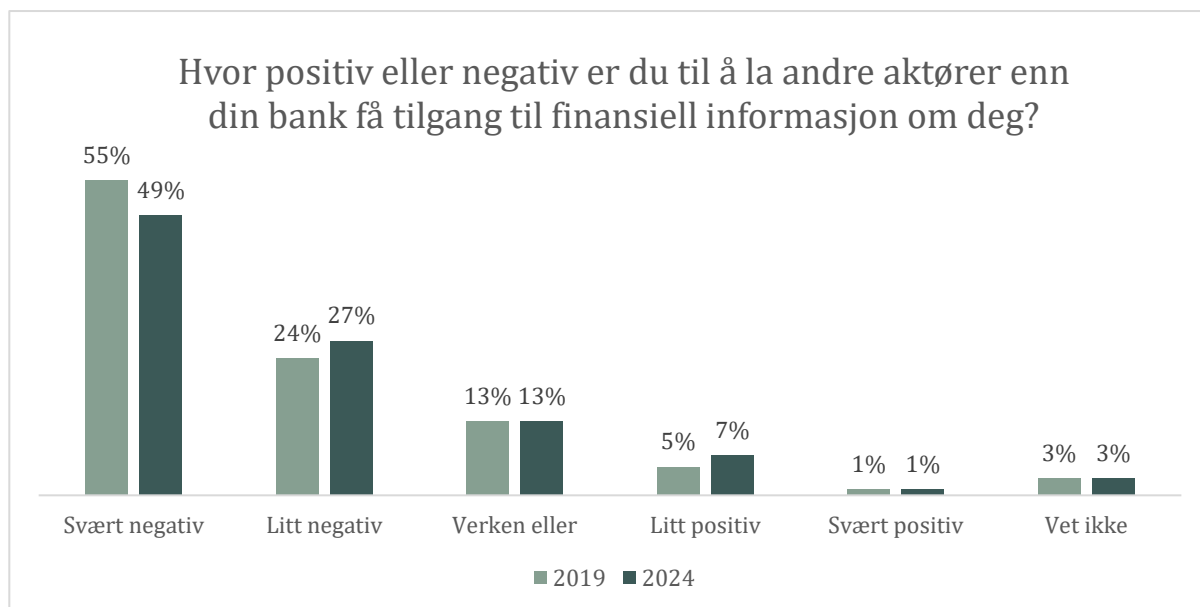


Harmonisert regelverk med PSD2

Europeiske myndigheter har støttet opp om at folk skal kunne dele mer av sine finansielle opplysninger. I 2018 ble det reviderte europeiske betalingstjenestedirektivet (PSD2) innført i EU, og senere også i Norge. Formålet med direktivet var å harmonisere regelverket i EU og legge til rette for økt konkurranse i markedet for betalingstjenester.

I tråd med denne utviklingen, ba vi respondentene ta stilling til i hvilken grad de vil la andre aktører enn deres egen bank få tilgang til deres finansielle informasjon. Spørsmålet ble introdusert med følgende tekst: «Dersom du samtykker til det, er det mulig for virksomheter å få tilgang til finansiell informasjon om deg fra din bank. På denne måten kan andre virksomheter enn din bank utvikle betalingstjenester du kan ha nytte av.»

Etttersom vi stilte det samme spørsmålet i 2019, har vi sammenlignet svarene.



Svarene viser:

- To av tre (76 prosent) er negative til å la andre aktører enn banken få tilgang til finansiell informasjon.
- Tallene er stabile sammenlignet med 2019, men vi ser at det er en nedgang (6 prosent) i andelen som svarer at de er svært negative til å dele finansiell informasjon.

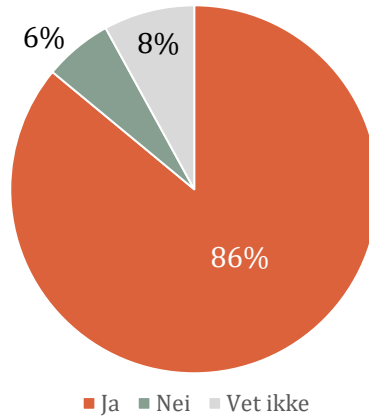
Undersøkelsen viser altså at det fortsatt er utbredt skepsis til å dele finansielle opplysninger med andre virksomheter enn banken. I avsnittet om hvilke opplysninger folk mener bør beskyttes av lovverket, så vi at 91 prosent mente at det var veldig eller litt viktig å beskytte opplysninger om privatøkonomi. Tilsvarende viste avsnittet om hvilke aktører folk har tillit til at en omtrent like stor andel (92 prosent) svarte at de har stor eller noe tillit til måten bankene behandler deres personopplysninger. At en så stor andel av befolkningen er negative til å la andre enn banken få tilgang til finansiell informasjon, kan derfor sannsynligvis delvis tilskrives at de mener at opplysninger om privatøkonomien deres er beskyttelsesverdig, samtidig som de har høy tillit til bankene til hvordan de håndterer personopplysninger.

Skepsis mot finansielle tjenester fra BigTech

Selskaper som Google og Meta har lenge prøvd å utvikle finansielle tjenester rettet mot forbrukere, og de fleste bruker allerede tjenester fra disse aktørene. Utviklingen viser at banktjenester fra disse aktørene vil være mer tilgjengelige i fremtiden.

Synes befolkningen det er problematisk for personvernet å gi Google eller Facebook/Meta tilgang til deres finansielle opplysninger i banken, hvis disse selskapene kan tilby en nyttig banktjeneste i retur?

Synes du det er problematisk for personvernet ditt å gi Google eller Facebook tilgang til dine finansielle opplysninger i banken (hvis de kan tilby deg en nyttig banktjeneste)?



Svarene viser:

- De aller fleste av respondentene (86 prosent) mener at det er problematisk for personvernet å gi sine finansielle opplysninger til Google eller Facebook/Meta.
- Yngre synes i mindre grad at det er problematisk å gi fra seg finansielle opplysninger til slike teknologiselskap enn eldre.

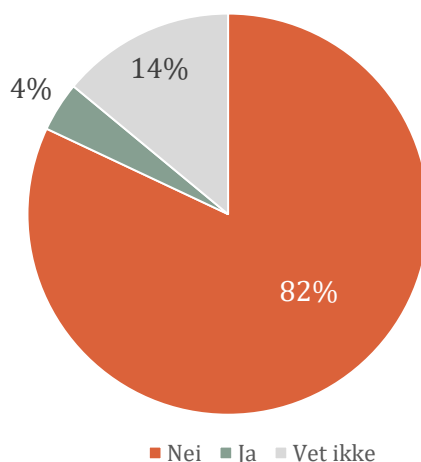
Avsnittet om tillit viser at de fleste av respondentene har liten tillit til sosiale medier og søkemotorers lagring og bruk av personopplysninger. Etersom aktørene som de spurte er blitt bedt om å ta stilling til i dette spørsmålet også har sosiale medier og søkemotorer i porteføljen, er det rimelig å anta at den lave tilliten også rammer leverandørenes eventuelle håndtering av finansielle opplysninger. Selv om majoriteten (59 prosent) i aldersgruppen 15 til 19 år også ser personvernutfordringer ved at store teknologiselskap får tilgang til deres finansielle opplysninger, er det en langt mindre andel enn blant aldersgruppen 50 år og eldre, der 92 prosent svarer det samme. Blant de yngste er det også størst andel som ikke vet om de synes dette er problematisk. Det er ingen signifikante endringer siden vi stilte spørsmålet i 2019.

Spørsmålet kompliseres ved at koblingene mellom bankene og teknologigigantene blir mer innfløkt. For eksempel tilbyr noen banker selv betalingsløsninger som er utviklet av de store teknologivirksomhetene – slik som Apple Pay.

De fleste av de spurte er altså skeptiske til å la nye aktører få tilgang til finansielle opplysninger, men dette kan endre seg. Det er mulig at mange går med på at personvernet deres svekkes i bytte mot en enklere og mer brukervennlig tjeneste enn de som blir tilbudt av bankene i dag.

Vi spurte derfor de som mener at det er problematisk å gi Google eller Facebook tilgang til deres finansielle opplysninger, om de likevel kunne være interessert i å benytte seg av en nyttig banktjeneste fra disse selskapene.

Kunne du likevel være interessert i å benytte deg av en nyttig banktjeneste fra Google eller Facebook?



Svarene viser:

- Av de som beskriver det som problematisk for personvernet å gi sine finansielle opplysninger til Google og Facebook, oppgir mer enn åtte av ti at de heller ikke ville tatt i bruk en slik tjeneste fra disse selskapene.
- Det er ingen signifikante endringer siden vi stilte spørsmålet i 2019.
- Selv om skepsisen går på tvers av aldersgruppene, er yngre litt mer positive til å bruke en slik banktjeneste enn eldre.

De aller fleste av de spurte er negative til å bruke en banktjeneste fra teknologiaktører som Google og Facebook. Blant de som er positive finner vi en større andel (16 prosent) i aldersgruppen 15 til 19 år enn i de øvrige aldersgruppene. Blant de som har svart at de ikke vet hvordan de skal stille seg til en slik tjeneste, finner vi den største andelen i aldersgruppen 30 til 39 år der 20 prosent er usikre, mot et gjennomsnitt på 14 prosent.

Det kan tenkes at disse holdningene skyldes at løsningene som norske banker allerede har utviklet er så gode at det ikke oppleves som nødvendig å gi Facebook og Google innpass i nok en del av livet. For eksempel tilbys hurtig mobilbetaling i dag av institusjoner de fleste har høy tillit til. Blant annet ble Vipps utviklet av DNB, før det ble en frittstående virksomhet.

Vedlegg – spørreskjema / intervjuguide

INTRO

Denne undersøkelsen handler om personvern.

Personvern handler om din rett, så langt det er mulig, til selv å bestemme over egne personopplysninger. Kontroll med hvordan opplysninger om en selv blir brukt, hvordan informasjonen sikres og vern om privatlivet, står sentralt.

[Q1] I hvilken grad er du opptatt av personvern?

Rad:

- [r1] Svært opptatt
 - [r2] Ganske opptatt
 - [r3] Lite opptatt
 - [r4] Vet ikke
-

Personopplysninger er alle opplysninger som kan knyttes til en bestemt person, som for eksempel navn, preferanser, økonomi og religiøs overbevisning.

[Q2] Er det noen opplysninger som du mener lovverket særlig bør beskytte mot innsamling og videre bruk?

Hvor viktig er det at lovverket beskytter opplysninger om:

Kolonne:

- [c1] Helt uviktig
- [c2] Lite viktig
- [c3] Litt viktig
- [c4] Veldig viktig
- [c5] Vet ikke

Rad:

- [r1] helse
- [r2] gener/DNA (opplysninger om arvestoff og sannsynlighet for ulike sykdommer)
- [r3] fødselsnummer/personnummer – 11 siffer
- [r4] politisk oppfatning
- [r5] religiøs oppfatning
- [r6] seksuell orientering
- [r7] privatøkonomi

- [r8] medlemskap i fagforening
 - [r9] hvor man har vært og hvor man beveger seg
 - [r10] hvilke nettsider man har besøkt
 - [r11] biometriske data (ansikt, øye- og fingeravtrykk)
 - [r12] hvem man kommuniserer med på telefon og e-post
 - [r13] innhold i telefonsamtaler og e-post
 - [r14] hva man har søkt etter på søkemotorer
 - [r15] målinger av effektivitet og tidsbruk på jobb
 - [r16] nettverk og adferd i sosiale medier
 - [r17] kriminelt rulleblad
 - [r18] fravær og karakterer i skolen
 - [r19] innholdet i en barnevernssak
-

[Q3] I hvilken grad stemmer følgende for deg?

Kolonne:

- [c1] Stemmer i svært liten grad
- [c2] Stemmer i liten grad
- [c3] Verken eller
- [c4] Stemmer i stor grad
- [c5] Stemmer i svært stor grad
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Jeg tenker meg om før jeg velger cookie-innstillinger på nettsider jeg besøker
- [r2] Jeg har delt mine passord med andre jeg stoler på
- [r3] Jeg har delt pinkoden til bankkortet mitt med andre jeg stoler på
- [r4] Jeg vurderer hvem som står bak en nettbutikk før jeg legger inn betalingsinformasjon
- [r5] Dersom noen får tilgang til min bank-id, vet jeg hva jeg bør gjøre
- [r6] Jeg er ikke redd for å gi fra meg personopplysninger til tjenester jeg bruker regelmessig
- [r7] Jeg har god kontroll på hvilke personopplysninger andre har lagret om meg
- [r8] Jeg føler jeg har kontroll over hvordan personopplysninger om meg brukes på internett.
- [r9] Jeg synes det er ubehagelig å tenke på hvor mange som kan ha tilgang til opplysninger om meg
- [r10] Jeg føler ubehag når jeg tenker på hvor mye personopplysninger om meg som

finnes på internett.

[r11] Mange overdriver hvor farlig det er å gi fra seg personopplysninger på nett

[Q4] I hvilken grad kjenner du til personvernregelverket (GDPR)?

Rad:

[r1] Kjenner svært dårlig

[r2] Kjenner dårlig

[r3] Verken eller

[r4] Kjenner godt

[r5] Kjenner svært godt

Personvernregelverket (GDPR) gir folk rettigheter for hvordan personopplysninger skal behandles.

[Q5] Har du hørt om følgende rettigheter som du har?

Kolonne:

[c1] Ja

[c2] Nei

Rad:

[r1] Du har rett til å få vite hva slags personopplysninger en virksomhet, myndighet eller organisasjon samler inn

[r2] Du har rett til å be om å få se hvilke opplysninger en virksomhet, myndighet eller organisasjon har om deg

[r3] Du kan i visse tilfeller be en virksomhet, myndighet eller organisasjon om å slette personopplysninger som de har om deg

[r4] Du kan i visse tilfeller protestere mot bruk av dine personopplysninger

[Q6] Nedenfor er en liste over aktører som kan ha personopplysninger om deg. Hvor stor eller liten tillit har du til måten de oppbevarer og bruker personopplysninger på?

Kolonne:

[c1] Ingen tillit

[c2] Liten tillit

[c3] Noe tillit

[c4] Stor tillit

[c5] Vet ikke

Rad:

[r1] Helsevesenet

[r2] Forsikringsselskaper

[r3] Kredittopplysningsselskaper

[r4] Banker

[r5] Teleselskaper

[r6] Arbeidsgivere (rent generelt)

[r7] Sosiale medier (som Facebook, Instagram og X/Twitter)

[r8] Søkemotorer (som Google og Bing)

[r9] Statistisk sentralbyrå (SSB)

[r10] Politiet

[r11] De norske etterretningstjenestene

[r12] NAV

[r13] Skatteetaten

[r14] Kommuner

[r15] Skoler og barnehager

[r16] Nettbutikker

[r17] Apper for spill og underholdning

[Q7] Hvor positiv eller negativ er du til kameraovervåking på følgende steder:

Kolonne:

[c1] Svært negativ

[c2] Litt negativ

[c3] Verken eller

[c4] Litt positiv

[c5] Svært positiv

[c6] Vet ikke

[c7] Ikke relevant

Rad:

[r1] Inne på bussen eller toget

[r2] I drosjer

[r3] I barer og restauranter

[r4] I butikker

- [r5] Inne i barnehage eller barneskole
 - [r6] På arbeidsplasser
 - [r7] På studiesteder
 - [r8] I parker, på stranda og andre offentlige rekreasjonsområder
 - [r9] På gata
 - [r10] På sykehus
 - [r11] I svømmehall
 - [r12] På treningssenter
-

[Q8] Hvor positiv eller negativ er du til at skolene benytter digitale tjenester fra IT-selskaper som Google, Apple og Microsoft som samler inn og bruker elevens opplysninger til eget formål, for eksempel videreutvikling av egne tjenester?

Rad:

- [r1] Svært negativ
 - [r2] Litt negativ
 - [r3] Verken eller
 - [r4] Litt positiv
 - [r5] Svært positiv
 - [r6] Vet ikke
-

Strømming (direktesending) på internett av idrettsarrangementer for barn har blitt vanligere de siste årene. Dette har ført til en debatt om hva som bør kunne strømmes.

[Q9] Mener du det er riktig å strømme idrettsarrangementer for barn?

Rad:

- [r1] Ja, alle idrettsarrangementer for barn
 - [r2] Ja, alle arrangementer, men kun fra barn er 15 år gamle
 - [r3] Ja, men kun toppidrettsarrangementer for barn
 - [r4] Nei, ingen idrettsarrangementer for barn
 - [r5] Vet ikke
-

[Q10] I hvilken grad vil du si at du vet hva kunstig intelligens er?

Rad:

- [r1] I svært liten grad
 - [r2] I liten grad
 - [r3] Verken eller
 - [r4] I stor grad
 - [r5] I svært stor grad
 - [r6] Vet ikke
-

[Q11] I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende påstander:

Kolonne:

- [c1] Helt uenig
- [c2] Litt uenig
- [c3] Verken eller
- [c4] Litt enig
- [c5] Helt enig
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Økt bruk av kunstig intelligens vil først og fremst ha positive konsekvenser
 - [r2] Kunstig intelligens vil føre til at flere mister jobben, uten at nok nye jobber skapes
 - [r3] Kunstig intelligens vil bedre arbeidslivet fordi mennesker slipper å gjøre oppgaver som er kjedelige eller farlige
 - [r4] Kunstig intelligens vil utfordre personvernet ved at for mye informasjon om meg samles inn
 - [r5] Kunstig intelligens vil utfordre personvernet ved at informasjon om meg brukes på måter jeg ikke er enig i
-

[Q12] I hvilken grad mener du at myndighetene bør ta en aktiv rolle i å regulere kunstig intelligens for å sikre en ansvarlig utvikling?

Rad:

[r1] I stor grad

[r2] I noen grad

[r3] Verken eller

[r4] I liten grad

[r5] Ikke i det hele tatt

[r6] Vet ikke

[Q13] I hvilken grad tror du myndighetene er i stand til å regulere kunstig intelligens?

Rad:

[r1] I stor grad

[r2] I noen grad

[r3] Verken eller

[r4] I liten grad

[r5] Ikke i det hele tatt

[r6] Vet ikke

[Q14] Hvor positiv eller negativ er du til at personopplysningene dine brukes på følgende måter ved hjelp av kunstig intelligens?

Kolonne:

[c1] Svært negativ

[c2] Litt negativ

[c3] Verken eller

[c4] Litt positiv

[c5] Svært positiv

[c6] Vet ikke

Rad:

[r1] for å stille deg diagnoser og foreslå behandlinger

[r2] for å måle og kontrollere din produktivitet på jobben

[r3] for å tilpasse reklame basert på dine aktiviteter på internett

[r4] for å behandle dine saker, f.eks. hos NAV eller Skatteetaten

[r5] for å behandle din lånesøknad i banken

De fleste nettsted, søkemotorer og sosiale medier samler inn opplysninger om din nettaktivitet for å kunne vise deg annonser som er tilpasset din atferd.

[Q15] Hvor positiv eller negativ er du til at slike opplysninger brukes til å lage persontilpasset reklame til deg?

Rad:

[r1] Svært negativ

[r2] Litt negativ

[r3] Verken eller

[r4] Litt positiv

[r5] Svært positiv

[r6] Vet ikke

[Q16] I hvilken grad er du villig til å betale for å slippe å se reklame basert på personopplysningene dine?

Rad:

[r1] I stor grad

[r2] I noen grad

[r3] Verken eller

[r4] I liten grad

[r5] Ikke i det hele tatt

[r6] Vet ikke

De fleste nettsider ber om samtykke for å kunne samle inn opplysninger om deg gjennom informasjonskapsler (cookies).

[Q17] I hvilken grad vil du si du forstår hvilke opplysninger de ulike nettsidene ber om tillatelse til å samle inn?

Rad:

- [r1] I stor grad
 - [r2] I noen grad
 - [r3] Verken eller
 - [r4] I liten grad
 - [r5] Ikke i det hele tatt
 - [r6] Vet ikke
-

[Q18] Har du gjort noen av de følgende aktivitetene fordi du er usikker på hvordan personopplysningene dine blir brukt?

Kolonne:

- [c1] Ja
- [c2] Nei, har ikke gjort dette
- [c3] Vet ikke/ikke relevant

Rad:

- [r1] Latt være å bruke en tjeneste eller et produkt
 - [r2] Latt være å laste ned en app
 - [r3] Unnlatt å foreta et søk (av en person, begrep, ting) i en søkemotor på nett
 - [r4] Unnlatt å søke hjelp / finne informasjon om mental helse, misbruk, avhengighet eller andre sensitive problemer i en søkemotor på nett
 - [r5] Unnlatt å gjennomføre et kjøp i en nettbutikk
 - [r6] Betalt kontant istedenfor å bruke kort
 - [r7] Unnlatt å delta i en debatt i sosiale medier
 - [r8] Unnlatt å delta i kommentarfeltet hos en nettavis eller lignende
 - [r9] Meldt deg ut av en gruppe i sosiale medier
 - [r10] Slettet en konto i sosiale medier
-

[Q19] Har du gjort noen av de følgende aktivitetene fordi du er usikker på om myndigheter som politiet, PST eller etterretningstjenesten kan få tilgang til informasjonen?

Kolonne:

[c1] Ja

[c2] Nei, har ikke gjort dette

[c3] Vet ikke/Ikke relevant

Rad:

[r1] Latt være å bruke en tjeneste eller et produkt

[r2] Latt være å laste ned en app

[r3] Unnlatt å foreta et søk (av en person, begrep, ting) i en søkemotor på nett

[r4] Unnlatt å søke hjelp / finne informasjon om mental helse, misbruk, avhengighet eller andre sensitive problemer i en søkemotor på nett

[r5] Unnlatt å gjennomføre et kjøp i en nettbutikk

[r6] Betalt kontant istedenfor å bruke kort

[r7] Unnlatt å delta i en debatt i sosiale medier

[r8] Unnlatt å delta i kommentarfeltet hos en nettavis eller lignende

[r9] Meldt deg ut av en gruppe i sosiale medier

[r10] Slettet en konto i sosiale medier

Dersom du samtykker til det, er det mulig for virksomheter å få tilgang til finansiell informasjon om deg fra din bank. På denne måten kan andre virksomheter enn din bank utvikle betalingstjenester du kan ha nytte av.

[Q20] Hvor positiv eller negativ er du til å la andre aktører enn din bank få tilgang til finansiell informasjon om deg?

Rad:

[r1] Svært negativ

[r2] Litt negativ

[r3] Verken eller

[r4] Litt positiv

[r5] Svært positiv

[r6] Vet ikke

[Q21] Synes du det er problematisk for personvernet ditt å gi Google eller Facebook tilgang til dine finansielle opplysninger i banken (hvis de kan tilby deg en nyttig banktjeneste)?

Rad:

[r1] Ja

[r2] Nei

[r3] Vet ikke

[Q22] Kunne du likevel være interessert i å benytte deg av en nyttig banktjeneste fra Google eller Facebook?

Condition: (Q21.r1)

Rad:

[r1] Ja

[r2] Nei

[r3] Vet ikke

[Q23] Hvor viktig er det for deg å kunne betale anonymt, altså uten å etterlate digitale spor, hvis du skulle ønske det?

Rad:

[r1] Svært uviktig

[r2] Ganske uviktig

[r3] Verken eller

[r4] Ganske viktig

[r5] Svært viktig

[r6] Vet ikke



Besøksadresse:
Trelastgata 3, Oslo

Postadresse:
Postboks 458 Sentrum,
0105 Oslo

postkasse@datatilsynet.no
Telefon: +47 22 39 69 00

datatilsynet.no
personvernbloggen.no