

Espen Sira

Hvordan personvernforordningens samtykkekrav møtes gjennom design

Juni 2020



Kunnskap for en bedre verden

Hvordan personvernforordningens samtykkekrav møtes gjennom design

Espen Sira

Master in Interaction Design

Innlevert: Juni 2020

Hovedveileder: Frode Volden

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Institutt for design

Sammendrag

To år har gått siden EUs personvernforordning ble innført i 2018. Et av hovedformålene var å sørge for at enkeltpersoner skulle få mer kontroll over egne data ved bruk av digitale tjenester. Virksomheter som ønsker å drive behandling av personopplysninger ble pålagt en rekke krav og plikter, samtidig som den enkelte forbruker ble gitt rettigheter. Blant annet skulle krav om samtykke gjøre brukere i stand til å motsette seg deling av egne data. Denne masteroppgaven belyser realiteten av dagens situasjon ved å gjennomgå gjeldende regelverk og ved å undersøke hvordan personvernforordningen etterleves. Oppgaven tar sikte mot å bidra til økt forståelse av temaet ved å presentere funn fra en spørreundersøkelse og en evaluering av design av samtykkeløsninger hos fem store norske nettstedene.

Resultatene i oppgaven indikerer at det fremdeles er flere utfordringer som må løses før intensjonene med personvernforordningen er oppfylt. Evalueringen av nettstedene avdekket problemer i designet av samtykkeforespørsler og samtykkeinnstillinger, og flere ting lå til hinder for å la brukere kontrollere deling av sine personopplysninger. Oppgaven diskuterer mulige forbedringsforslag. Samtidig er personvern et komplekst tema som omfatter flere fagområder enn bare design. Trolig vil også lovendringer i form av mer presise regler for hvordan samtykkesystemer designes og/eller sterkere insentiver være nødvendig før den enkeltes personvern blir tilstrekkelig ivaretatt.

Nøkkelord: samtykke, GDPR, personvern, design, personvernforordningen.

Abstract

Two years have passed since the GDPR was implemented. A main purpose with the regulation was to provide users of digital services more control over their personal data. Businesses who wish to process such data were subjected to a number of rules and duties while data subjects were given more rights. Among other things, requiring businesses to collect users' consent were made to let users oppose sharing data about themselves. This thesis shows the reality of today's situation by examining the rules that apply and how they're followed. The report aims to contribute to increased awareness of the subject by presenting results from a conducted survey and an expert evaluation of the design of consent systems on five popular Norwegian websites.

The results indicate that there still are multiple challenges to solve before the GDPR works as intended. The evaluation of the websites revealed problems in the way consent requests and consent settings are designed. Multiple things served as barriers from letting users take control over their personal data. The thesis offers and discusses possible solutions. Privacy is a complex topic that entails other fields than just design. More precise laws and/or stronger incentives to design better consent systems may be necessary before users' privacy are sufficiently addressed.

Forord

Interaksjonsdesign er et bredt fagfelt med et hav av valgmuligheter når det kommer til retninger å ta masteroppgaven i. Min interesse for eget personvern så vel som interesse for design og teknologi var nok de faktorene som ledet meg inn på temaet personvern. Personvern er aktuelt i disse dager og bevisstheten rundt noen av utfordringene synes å øke. Det er også et tema som har et bredt nedslagsfelt og rører ved både juss, etikk, psykologi, sosiologi og teknologi. Derfor har jeg gjennom dette semesteret har lært mye.

Jeg vil takke min veileder, Frode Volden, for å ha vært behjelpelig og gitt gode råd gjennom hele prosjektet. Venner og familie har vært en stor kilde for motivasjon. Takk til dere som har støttet meg og vist meg tålmodighet, forståelse og som har gitt meg oppmuntring når det har vært nødvendig.

Gjøvik, 15. juni 2020
Espen Sira

Innholdsliste

Figurer	x
1 Introduksjon	11
1.1 Begreper og terminologi	12
1.2 Bidrag	13
2 Bakgrunn	14
2.1 Metode	14
2.2 Problemstilling	15
2.3 Relatert litteratur	16
3 Personvern – rettigheter og plikter	18
3.1 Behandlingsgrunnlag	18
3.2 Samtykke	19
3.3 Utvetydige samtykkekrav	20
4 Samtykkeforespørsler og samtykkeinnstillinger	22
4.1 Spørreundersøkelse	22
4.2 Ekspertevaluering	25
4.2.1 Frivillig	26
4.2.2 Spesifikt	27
4.2.3 Informert	32
4.2.4 Utvetydig	37
4.2.5 Dokumenterbart	37
4.2.6 Mulig å trekke tilbake	38
5 Diskusjon	39
5.1 Fremtidig arbeid	42
5.2 Konklusjon	42
Referanser	44
Vedlegg	47

Figurer

Figur 4.1: Resultat fra påstand nr.2 fra spørreundersøkelsen.	23
Figur 4.2: Resultat fra påstand nr. 3 fra spørreundersøkelsen	23
Figur 4.3: Resultat fra påstand nr. 5 i spørreundersøkelsen	24
Figur 4.4: Resultat fra påstand nr. 8 i spørreundersøkelsen.	25
Figur 4.5: Skjermdump fra Kompletts samtykkeforespørsel.	26
Figur 4.6: Skjermdump fra Kompletts samtykkeforespørsel..	28
Figur 4.7: Utklipp fra skjermdump av VGs personverninnstillinger..	29
Figur 4.8: Utklipp fra skjermdump av Schibsteds spesifikke annonseinstillinger	30
Figur 4.9: Utklipp av skjermdump fra Gule Siders samtykkeforespørsel.....	31
Figur 4.10: Utklipp fra skjermdump av Gule Siders samtykkeforespørsel..	32
Figur 4.11: Utklipp fra skjermdump FINNs samtykkeforespørsel.	33
Figur 4.12: Utklipp fra skjermdump av FINNs sider for samtykkeinnstillinger..	34
Figur 4.13: Utklipp av skjermdump av Gule Siders personvernerklæring..	35
Figur 4.14: Utklipp fra skjermdump av Komplettnos personvernside.	36
Figur 4.15: Utklipp av skjermdump fra Dagbladets personvernpolicy.....	36
Figur 4.16: Utklipp fra skjermdump av Dagbladets samtykkeinnstilling..	37

1 Introduksjon

Personopplysninger er blitt en av verdens mest ettertraktede varer og et verdifullt gode som kan tiltrekke både økonomiske og politiske interessenter. Databaserte forretningsmodeller hvor virksomheter tilbyr digitale tjenester brukerne ikke trenger å betale for, har blitt helt vanlig. Det gjelder spesielt sosiale medier, medievirksomheter, søkemotorer, e-posttilbydere, men også andre programvaretilbydere. For å bruke slike tjenester betaler man altså ikke med penger, men ved å si ja til å gi fra seg informasjon om seg selv. Forretningsmodellen går gjerne ut på å behandle informasjon om brukere og omdanne deres tanker, oppfatninger og følelser til data, og kunne gjøre prognoser for fremtidig adferd (Lygre, 2020). Dette kan gi et konkurransefortrinn ved at innsikten for eksempel brukes til å kunne tilby mer tilsiktede tjenester enn andre konkurrenter eller ved at den videreselges til tredjeparter. Samtidig som denne typen forretningsmodell har blitt mer utbredt har teknologiske fremskritt ført bruken av personopplysninger til et helt nytt nivå både blant private og offentlige virksomheter. og det i offentlige (Europarådet, 2015). Utviklingen har ført til bekymring. Det er lett å tenke seg at virksomheter som har gjort behandling av personopplysninger til sitt levebrød ikke alltid er like opptatt av forbrukers personvern.

De siste årene har det kommet på plass regler som har hatt som formål å beskytte enkeltpersoner og forbrukere i et stadig mer digitalt samfunn. Særlig har EU tatt grep ved å vedta the General Data Protection Regulation (GDPR) eller personvernforordningen som reguleringen heter på norsk. Den ble vedtatt i 2016 og ble gjort håndhevbar i EU våren 2018, og sommeren samme år i Norge og EØS. Personvernforordningen erklærer at personvern når det gjelder databehandling av personopplysninger er en fundamental rettighet. Et av hovedformålene med reguleringen var å gi enkeltpersoner mer kontroll over egne personopplysninger (Europarådet, 2015).

Samtidig er personopplysninger som havner på avveie et økende problem. I feil hender kan personopplysninger både utnyttes og misbrukes – blant annet til politiske og økonomiske formål. Det kan også utgjøre en sikkerhetsrisiko for de som rammes ved at for eksempel sensitive opplysninger knyttet til identitet eller helseopplysninger blir lekket. Kanskje det mest alvorlige eksempelet på dette er Cambridge Analytica-skandalen, hvor det ble samlet inn personopplysninger til over 87 millioner amerikanere med hensikt om å bruke dette for å påvirke deres stemme i presidentvalget i USA (Carlsen, 2018). Det finnes en rekke saker også i Norge. I 2018 oppdaget og avslørte en barneskoleelev i Bergen kommune et sikkerhetshull i skolesystemet som satte personopplysninger til 35000 lærere og elever i fare (Johansen et. al. 2018). I forbindelse med pandemisituasjonen våren 2020 har det vært stor uenighet rundt smittesporingsappen «Smittestopp» som Folkehelseinstituttet lanserte i midten av april. Storstilt innsamling av alle brukeres posisjonsdata som lagres i en samlet database, har ført til at eksperter har gått ut mot bruk av appen (Skille og Gundersen, 2020). Nylig har det også vært mye omtale i media etter at NRK avslørte at de hadde klart å spore opp og identifisere en mann i Rogaland ved å kjøpe det som skulle være anonymiserte data av en britisk «dataforhandler». De hadde samlet posisjonsdata til titusenvis av

nordmenn (Furuly et. al. 2020). Avsløringen førte til at Datatilsynet åpnet granskning av det britiske selskapet (Kolseth et. al. 2020). NRK hadde betalt 35 000 kr for å tilgang til en database som inneholdt posisjonsdata fra 140 000 mobiler og nettbrett i Norge (Lied et. al. 2020). Blant disse fant de også 8 300 mobiltelefoner til personer som har oppholdt seg på sykehus og krisesentre og det var mulig å se hvilken avdeling på sykehuset enhetene hadde befunnet seg.

Sikkerhetsekspert i Atea, Thomas Tømmernes (2017) illustrerer problematikken mer konkret med følgende eksempel: La oss si man har en kaféapp hvor man får en gratis bolle hvis man kjøper en kaffe. Kjøpet blir registrert i appen hvor man har opprettet en bruker og samtykket til at informasjon om alle kjøp lagres. «Den gratis bollen kan bli kostbar når du senere skal kjøpe helseforsikring og forsikringsselskapet vet at du spiser bolle hver dag». Et annet eksempel er om man handler på nettet og begynner å få opp relevante annonser og artikler i nyhetsfeeden på sosiale medier. Ja, det kan være kjekt å slippe å lete etter interessant stoff selv, men så innser man kanskje at annonsene blir mer og mer optimalisert til deg som person. Man kan lære mye om en person ved å se å på hva han eller hun søker etter på nettet. Opplysninger som navn, alder, interesser, inntektsnivå, hvor man bor, drømmer, forbilder, politisk ståsted, kunnskaper og mer. Vil man egentlig at andre skal kunne vite så mye om oss selv?

Problemet virker i stor grad å dreie seg om at mange ikke er klar over når, hvor eller hvordan deling av deres egne opplysninger foregår. Skulle ikke personvernforordningen hjelpe forbrukerne med å ta kontrollen over egne data? Forordningen stiller flere krav til lovligheten rundt behandling av personopplysninger. En virksomhet som ønsker å drive databehandling må for eksempel først ha et rettslig grunnlag før den kan begynne å samle inn personopplysninger. Den vanligste måten å skaffe dette på er ved å innhente brukers samtykke. Forordningen inneholder så en rekke bestemmelser for hva som utgjør et gyldig samtykke. Disse er utarbeidet på en måte som skal gi brukerne kontroll over hva man samtykker til. Man har blant annet rett til å kunne gjøre spesifikke, informerte valg uten at det skal foreligge press om å samtykke til behandling av ens personopplysninger. Det er likevel opp til hver enkelt virksomhet hvordan de vil designe sine løsninger så lenge de etterlever kravene. Hvordan løsninger for å innhente samtykke og sider for samtykkeinnstillinger designes er derfor en sentral del av problematikken. Det er interaksjonen mellom system og bruker i disse løsningene at brukerne skal kunne ta kontroll over egne opplysninger og egne samtykker. Deling av personopplysninger kan være nødvendig og nyttig i mange situasjoner, men det må skje på brukers premisser. Retten til privatliv gjelder alle.

1.1 Begreper og terminologi

Personvern handler om den enkeltes rett til personlig integritet og privatlivets fred. Prinsippet om at alle mennesker har rett til respekt for sitt privatliv er forankret i Den Europeiske menneskerettighetskonvensjonen. Begrepet personvern dekker også vernet av den enkeltes rett til innflytelse på bruk av egne personopplysninger (Datatilsynet, 2019). Med personopplysninger menes alle opplysninger som kan knyttes til en identifiserbar ekte person. Dette kan være et navn, et identifikasjonsnummer, lokasjonsdata, en nettidetifikator, eller ting som kan knyttes til en ekte persons fysiske,

fysiologiske, genetiske, psykiske, økonomiske, kulturelle eller sosiale identitet (Personopplysningsloven, 2018).

Behandling omfatter all bruk av personopplysninger, som for eksempel innsamling, registrering, sammenstilling, lagring og utlevering, eller en kombinasjon av disse». (Personopplysningsloven, 2018). Behandlingsansvarlig er den virksomhet som er ansvarlig for hvordan behandling av personopplysninger foregår.

Samtykke defineres som enhver frivillig, spesifikk, informert og utvetydig viljesytring fra den registrerte, der vedkommende ved en erklæring eller en tydelig bekreftelse gir sitt samtykke til behandling av personopplysninger som gjelder vedkommende (Personopplysningsloven, 2018).

I oppgaven omtales brukere, forbrukere, enkeltpersoner, den enkelte, og den registrerte om hverandre.

1.2 Bidrag

Masteroppgaven fokuserer hovedsakelig på tre områder: hvilke regler i personvernforordningen som gjelder for virksomheter som ønsker å behandle personopplysninger, hvordan brukere tenker og handler i møte med samtykkeforespørsler og -innstillinger, og hvordan virksomhetene i praksis etterlever kravene gjennom deres design av løsninger.

Kapittelet om hvilke regler som gjelder for behandling av personopplysninger er en gjennomgang av virksomheters plikter og forbrukers rettigheter. Det er satt opp slik at prinsippene som ligger til grunn forklares først og deretter følger de aktuelle reglene. Dette gir innsikt i hvordan personvernforordningen legger opp til at den enkelte skal kunne ta kontroll over egne personopplysninger.

Et mål har vært å kunne bidra til økt forståelse rundt et viktig tema som stadig får mer oppmerksomhet i samfunnsdebatten. Masteroppgaven som helhet belyser realiteten av dagens situasjon. Den forteller også noe om alvorligheten av situasjonen. Undersøkelsene gjort avdekker at det finnes problemer med hvordan løsninger for samtykke designes. Det reflekteres så over mulige løsninger på problemene som ble funnet.

2 Bakgrunn

Inspirasjon for masteroppgaven stammer fra tidligere arbeid med personvern. Sterkt knyttet til personvern er forbrukerrettigheter, som er to områder som i likhet med UX og interaksjonsdesign setter enkeltindividet og brukerens behov i sentrum. Både personvern og forbrukerrettigheter synes å få stadig økende oppmerksomhet i media og tar større plass i samfunnsdebatten. Derfor var det interessant å se om vi kunne finne interessant problemstilling i krysningspunktet mellom disse. Det ble innledet diskusjoner med Frode Volden, førsteamanuensis ved NTNU Gjøvik. Volden har blant annet tidligere diskutert personvern på radio, i programmet Kurer på NRK. Diskusjonene ledet til mer granskning rundt GDPR og privacy-by-design, en designtilnærming som alle virksomheter som ønsker å drive behandling av personopplysninger pålegges å følge. Herfra snevret vi oss enda mer inn mot møtepunktet mellom regelverk, databehandler og bruker, og på problematikken rundt behandling av personopplysninger og samtykke.

2.1 Metode

For å forstå hvilke regler som gjelder for virksomheter som ønsker å drive behandling av personopplysninger var det først viktig å sette seg inn i personvernforordningen og eventuelt hvilke andre regler som gjelder i Norge. Første fase av prosjektet gikk derfor ut på å studere hva databehandlerne virksomheter må forholde seg til. Dette innebar å innhente informasjon direkte fra lovverk og fra supplerende materiale, fra offentlige rapporter og nyhetsartikler og gjennom deltakelse på digitalt seminar i regi av Forbrukertilsynet og Datatilsynet. All nødvendig informasjon var offentlig tilgjengelig, så arbeidet foregikk uten direkte samarbeid med statlige organer. Innsamling og bearbeiding av informasjon var en omfattende prosess som vedvarte gjennom prosjektet.

For å danne et bilde av hvordan forbrukerne stiller seg til problematikken ble det gjennomført en spørreundersøkelse. Den gikk ut på å forhøre seg om hva folk tenker og hvordan de handler i møte med samtykkeforespørsler og personverninnstillinger på nett. Spørreundersøkelsen foregikk over nett, og ble delt via en lenke. Det var urealistisk å rekruttere nok deltakere til å generalisere resultatene til hele Norges befolkning. Helst bør man ha opp mot 400 deltakere når populasjonen er >5000 (Leeroy & Ormrod, 2015), men for å få tak i flest mulig deltakere ble convenience sampling brukt som rekrutteringsmetode. Medstudenter, familie, venner og bekjente ble spurt om å delta, hvorav mange delte lenken til undersøkelsen videre. Siden problemområdet er noe som gjelder folk i alle aldre og med ulike bakgrunner, var ingen spesifikke målgrupper identifisert. Tilnærmet alle er i dag brukere av internett og brukere av nettsider. Det ble ikke vurdert som relevant å spørre deltakerne om alder, bakgrunn eller andre personopplysninger i undersøkelsen. Av personvernsårsaker ble ikke personer under 18 spurt om å delta. I alt deltok 81 personer. Dermed kan ikke utvalget regnes som representativt for Norges befolkning og generaliseringene er ikke nødvendigvis nøyaktige. For å øke undersøkelsens validitet ble det gjennomført runder med pilottester.

Både for å sørge for at informasjon og spørsmål var forståelige og for å sjekke påstandene ville gi ønskelig informasjon om deltakerne. Undersøkelsen besto av elleve lukkede påstander hvor deltakerne skulle besvare med sin grad av enighet på en Likert-skala. Resultatene ble behandlet og analysert med statistisk programvare. En svakhet ved spørreundersøkelser er at de sjelden tillater at man kan gå tilbake og stille deltakerne oppfølgingsspørsmål (Lazar et. al. 2010). Det ble holdt oppfølgingsamtaler med flere deltakere etter undersøkelsen. Ideelt sett skulle det blitt utført mer formelle intervjuer.

Virksomheter som driver databehandling, står selv fritt til å velge hvordan de vil etterleve kravene i personvernforordningen. For å undersøke hvilke designpraksiser som har etablert seg blant norske nettsider etter at de nye reglene ble innført, ble det gjennomført en undersøkelse av utvalg av noen av de mest besøkte nettstedene i Norge. Tanken bak å evaluere store nettstedet var at disse bør gå foran som gode eksempler. Om ikke disse følger regelverket tenker kanskje andre at de heller ikke trenger å gjøre det. Dermed gikk andre fase av prosjektet ut på å undersøke hvordan virksomhetene velger å tolke lovgivningen og reguleringene de er pålagt, og hvordan det gir utslag i deres design. Fem av de mest besøkte norske nettsted ble valgt ut. Det ble vurdert som hensiktsmessig og mest gjennomførbart å gjennomføre testen som en ekspertevaluering. Det finnes flere måter å gjøre en ekspertevaluering på. Guideline-review» er en slik metode, hvor man undersøker et brukergrensesnitt med et sett med retningslinjer (Lazar et. al. 2010). Dette kan for eksempel være retningslinjer for universell utforming eller for tilgjengeligheten av webinnhold. Reglene og kravene i personvernforordningen som ble undersøkt i første fase av prosjektet, ble lagt til grunn og dannet retningslinjene for evalueringen. Hensikten var å belyse hvordan hvert enkelt nettsted etterlever kravene gjennom sitt design av samtykkeløsning og hvordan designet bidrar til å gi brukerne kontroll over egne opplysninger.

Det ville nok ha vært fruktbart å ha involvere en fokusgruppe man kunne presentert ulike design for, for så å utveksle ideer med gruppa. Deretter kunne man brukt ideene til å lage nye forslag og gjort en brukertester i en iterativ prosess. Med en slik metode ville man nok ha kunne vurdert og sammenlignet effektene og konsekvensene av de ulike løsninger i større grad. På grunn av omstendighetene i samfunnet som følge av COVID19 og smittesituasjonen ble dette vurdert som lite gjennomførbart og det ble besluttet å gjøre en grundigere ekspertevaluering supplert med en spørreundersøkelse i stedet.

2.2 Problemstilling

Som et svar på økende oppmerksomhet rundt situasjonen rundt enkeltindividers personvern var et av hovedmålene i personvernforordningen å gi forbrukerne større kontroll over egne data. De nye reglene skulle sørge for at alle brukere selv kan velge hvilke opplysninger de vil dele. Dette ble gjort ved å innføre krav og direktiver til databehandlende virksomheter. De står selv fritt til å velge hvordan de vil gjøre dette så lenge de etterlever kravene. Databehandlende virksomheter må altså på den ene siden forholde seg til de direktiver og lover som personvernforordningen krever, mens på den andre står forbrukerne, med krav til funksjonalitet og brukervennlighet. Som et resultat

har reglene ført til at man i de fleste tilfeller må innhente brukeres samtykke før en kan behandle deres opplysninger. Brukere skal også kunne velge hvilke opplysninger om seg selv de vil dele. Samtidig virker det som at folk ikke tar inn over seg hva de utsetter seg selv for når man deler personopplysninger. Derfor er det fristende å stille en hypotese om at mange enten ignorerer eller ikke bryr seg om samtykkeforespørsler eller samtykkeinnstillinger. Dersom løsningene virksomhetene designer er i tråd med reglene og direktivene, men at folk likevel ikke tar grep om eget personvern kan det være en indikasjon om at gjeldende regler ikke treffer godt nok. For å finne ut av dette ble følgende problemstillinger stilt:

- i) Hvilke krav stilles til virksomheter som ønsker å drive med behandling av personopplysninger?
- ii) Hvilke tanker gjør brukere seg om samtykkeforespørsler og samtykkeinnstillinger?
 1. Hvor vanlig er det å ignorere samtykkeforespørsler eller godta uten å ta stilling til hva det innebærer?
- iii) Hvordan designes interaksjonen mellom databehandler for å sørge for at brukere selv kan bestemme hvilke opplysninger de ønsker å dele?

Prosjektet tar for seg design av løsninger for innhenting av samtykke og samtykkeinnstillinger på nettsteder. Mobilapplikasjoner og andre digitale tjenester er utenfor prosjektets omfang. Innsamling av personopplysninger i apper eller i andre systemer foregår forskjellig fra nettsider, og vil trolig kunne utgjøre egne prosjekter. Virksomheters datautveksling med tredjeparter er heller ikke en del av dette prosjektet, selv om det er et interessant og relevant tema. Et prosjekt med fokus på dette ville nok også kreve egne undersøkelser og derfor utgjøre et eget prosjekt. Nettsteder som kun bruker nettleserinnstillinger, er heller ikke tatt med. Disse har enda ikke kommet med løsninger som lar bruker gjøre samtykkeinnstillinger og har derfor ingenting å undersøke. Det tekniske aspektet ved datainnsamling og sporing er også utenfor oppgavens omfang. Det vil si hvordan informasjonskapsler, pixels, tags og lignende teknologi utvikles. Oppgaven retter fokus mot hvordan nettsiders design av samtykkeløsninger etterlever personvernforordningen og oppfyller dens intensjoner.

2.3 Relatert litteratur

Vi Ann Cavokians (2011) "privacy by design"-rammeverk var en kilde for inspirasjon i de tidligste faser av prosjektet. Det var her interessen for hvilke krav som stilles til hvordan tjenester datasystemer blir designet utsprang fra. Hennes rammeverk er mer en tilnærming eller et sett med prinsipper som alle som lager digitale produkter og tjenester bør følge for å best mulig sikre enkeltpersoners personvern. Argumentene for tilnærmingen er at det ikke holder å slenge på tiltak for personvern etter at et datasystem er ferdig produsert, men noe man må være bevisst gjennom hele skapelsesprosessen. Det må bygges inn i designet. Privacy by design, eller innebygd design som kalles på norsk er implementert som en del av personvernforordningen (Personopplysningsloven, 2018).

GDPR i sin helhet med sine 99 artikler og 173 betraktninger ligger tilgjengelig på Europakommisjonens offisielle nettsider (Europakommisjonen 2020). Her er finnes også tilleggsinformasjon utarbeidet for å hjelpe med å forstå og fortolke lovene. Det finnes også ressurser for virksomheter som ønsker å etterleve kravene som stilles. Dette kan være maler for databehandlingsavtaler og personvernerklæringer samt skjemaer, ofte stilte spørsmål, nyheter og annet som kan være nyttige ressurser. Regelverket er innlemmet i norsk lov som en del av Personopplysningsloven.

Datatilsynets informasjonssider for personvern viste seg å bli den viktigste kilden til informasjon gjennom prosjektet. Her tilbys en mengde informasjon som omhandler personvernforordningen, oversatt til norsk. Det er produsert flere veiledere som var nyttige og gjorde stoffet lettere å jobbe med ved at de hjalp til med å identifisere kritiske faktorer innenfor problemområdet. Det ble lenket til aktuelle artikler i personvernloven og til underliggende prinsipper som materialet er forankret i. EUs tilsvarende sider (www.gdpr.eu), ble brukt i samspill med Datatilsynets sider og var begge nyttige ressurser.

De Sousa and Maciel (2015) gjennomførte en studie i Brasil i 2015 med hypotesen om at brukere av sosiale apper på mobil ikke er klar over de risikoer de utsetter seg selv for. Dette på grunn av manglende teknologisk forståelse fordi begrep i «tilgangspolicyene» er for vanskelige å forstå. Altså at brukere ikke forstår hvordan datainnsamling og tilgang til dataene fungerer. I studien fant de problemer med alle appene som ble undersøkt. Blant appene var Snapchat, Facebook Messenger, Google Now, Viber og Waze. Det konkluderes med at policiene er vanskelig å forstå og ofte er skrevet for å beskytte bedriftene mot sine brukeres misbruk, heller enn å gi brukerne den informasjonen og de valgmuligheter de trenger. På den ene siden har man en rekke nye interessante, nyttige og innovative løsninger og på den andre siden, behovet for å produsere bedre og mer forståelige personvern policier i tråd med lovbestemmelser (de Sousa og Maciel, 2015). Som mulige konkrete løsninger diskuteres det rundt å la brukere gjøre mer spesifikke valg og innstillinger, samt å motta varslinger når personlig data blir delt. Samtidig beskrives problemet som tredelt, som involverer både utdanning, teknologi og lovgivning. De mener det er nødvendig at disse tre opptrer i harmoni. Ny teknologi gir tjenester som krever regulering. Å utarbeide nye reguleringer, evaluere effekten av disse og analysere teknologiske løsninger, må gjøres som en konstant prosess. Utdanning på sin side bygger opp kunnskap og ferdigheter slik at brukere kan være i bedre stand til å forstå og ta kontroll over sine personverninnstillinger.

3 Personvern – rettigheter og plikter

For å kunne vurdere er det først viktig å vite hva de som ønsker å behandle personopplysninger må forholde seg til og hvilke rettigheter brukere/enkeltindivider har. Her følger en gjennomgang av de relevante delene av personvernforordningen. Personvernprinsippene er et sett med prinsipper for hvordan all behandling av personopplysninger skal foregå. Disse danner grunnlaget for den registrertes rettigheter og databehandlers plikter. Prinsippene gir uttrykk for at behandling av personopplysninger skal i størst mulig grad sikre forutsigbarhet og forholdsmessighet for den enkelte (Datatilsynet, 2019).

Personvernprinsippene gjennomgås i artikkel 5 personvernforordningen (Personopplysningsloven, 2018) og sier at behandling av personopplysninger skal:

- a) skje på en lovlig, rettferdig og transparent måte
- b) ha spesifikke, legitime formål
- c) skje på en måte som minimerer mengden innsamlede opplysninger
- d) ha riktige og oppdaterte opplysninger
- e) ha tidsbegrenset lagringstid
- f) ha tilstrekkelig datasikkerhet

Behandlingsansvarlig er ansvarlig for at behandlingen gjøres i samsvar med prinsippene og må kunne dokumentere dette.

3.1 Behandlingsgrunnlag

Før en virksomhet kan starte med databehandling trenger den et rettslig grunnlag, også kalt behandlingsgrunnlag, for å behandle opplysningene på. Uten dette er behandlingen ulovlig. Det er flere behandlingsgrunnlag som kan være aktuelle, og det er opp til virksomheten å se hvilke som eventuelt finnes. Artikkel 6 i personvernforordningen presiserer at databehandling kun er lovlig dersom minst ett grunnlag er gjeldende (Personopplysningsloven, 2018). Følgende grunnlag er de mest relevante:

- a) den registrerte har gitt samtykke til behandling
- b) behandling er nødvendig for rettslig forpliktelse
- c) behandling er nødvendig for å oppfylle avtale
- d) behandling er nødvendig for å ivareta legitime interesser (interesseavveining)

En virksomhet må ha behandlingsgrunnlag for hver enkelt personopplysning til hvert enkelt formål. Virksomheten er også pliktig til å informere den enkelte om hvilket grunnlag personopplysningene behandles på. Det mest vanlige grunnlaget er samtykke.

Det kan innhentes ved å spørre bruker om han eller henne godtar behandling av deres opplysninger samtidig som man informerer om hva behandlingen innebærer. Om gyldig samtykke er innhentet fra bruker kan virksomheten lovlig behandle personopplysninger til den det gjelder, til det formålet som samtykke gjaldt.

3.2 Samtykke

For at en virksomhet kan behandle personopplysninger med samtykke som grunnlag må den først innhente gyldig samtykke fra personen eller personene det gjelder (Datatilsynet, 2020). Med samtykke menes enhver frivillig, utvetydig indikasjon på at den registrerte ønsker å godta behandling av deres personopplysninger. Indikasjonen må være spesifikk, informert og må være gitt med en klar, bekreftende handling som signaliserer enighet (Personopplysningsloven, 2018). Det er disse reglene som skal sørge for at hver enkelt kan ta kontroll over egne opplysninger. Datatilsynet har utarbeidet informasjonssider om personvern i digitale tjenester og har laget en veileder rettet mot virksomheter og deres plikter (Datatilsynet, 2019). Her opereres det med sju krav som må være oppfylt før samtykket kan regnes som gyldig. Det må være:

- frivillig
- spesifikt
- informert
- utvetydig
- gitt gjennom aktiv handling
- dokumenterbart
- mulig å trekke tilbake like lett som det ble gitt

Kravet om at samtykke skal må frivillig innebærer at dersom det foreligger press rundt samtykkeforespørselen, for eksempel ved at et avslag innebærer negative konsekvenser for bruker, vil samtykket være ugyldig. Med dette kan man altså ikke sette samtykke som et vilkår for bruk av en tjeneste, men må innhentes utenom evt. bruksavtale for tjenesten.

Et spesifikt samtykke vil si at det kommer tydelig frem akkurat hva samtykket gjelder. Kravet om spesifikt samtykke betyr også at man må innhente samtykke for hvert enkelt formål man ønsker å bruke personopplysninger til.

Den som samtykker skal ha muligheten til å ta et informert valg. Databehandlinger må vurdere hva den enkelte trenger å vite for å kunne ta et informert valg og en samtykkeforespørsel må derfor blant annet inneholde følgende (Datatilsynet, 2019):

- hvem som er behandlingsansvarlig
- hva som er formålet med hver enkelt behandling
- hvilke personopplysninger som blir samlet inn
- hvordan man kan trekke tilbake samtykke

Informasjon må presenteres på en enkel og oversiktlig måte overfor målgruppen og språket må være kort og konsist. Hva samtykket gjelder skal separeres fra annen informasjon. At språket må være forståelig innebærer at databehandler ikke kan benytte tekniske begreper. I tillegg må språket ha god struktur og det må være konkret. Det skal ikke være nødvendig å måtte lete etter informasjon om behandling av personopplysninger. Det skal være enkelt for den enkelte å finne frem i informasjonen (Datatilsynet, 2019).

Krav om utvetydighet vil si at det ikke må foreligge noen tvil om hva den enkelte har ment med samtykket. Dette må ikke gjemmes bort blant øvrige vilkår for den aktuelle tjenesten og det må eksplisitt separeres fra annen avtaleinngåelse. Utvetydighet innebærer også at det stilles krav til at den enkelte selv må gjøre en aktiv handling for å gi samtykke. Eksempler på aktive handlinger i digitale tjenester kan være det å trykke på en knapp, huke av en avkryssingsboks eller lignende. Passivitet, stillhet eller på forhånd avkryssede bokser kan aldri utgjøre et gyldig samtykke (Datatilsynet, 2019).

Virksomheter har plikt til å kunne dokumentere samtykket. De må også kunne dokumentere at samtykket var gyldig ved at reglene for samtykke ble fulgt. Her står de fritt til å velge hvordan dette gjøres, enten om man ønsker å lage egne eller ta i bruk eksisterende løsninger.

Forbrukeren må ha mulighet til å trekke tilbake sitt samtykke uten negative konsekvenser. Det heter også at det skal være like enkelt å gi samtykke som å trekke det tilbake. I praksis innebærer dette at tilbaketreking av samtykke skal kunne skje i samme brukergrensesnitt som man ga det (Datatilsynet, 2019).

I tillegg er det viktig at samtykkeforespørsel ikke har unødig forstyrrende innvirkning for brukeropplevelsen. Spesielt dersom forespørselen dekker stor del av skjermen og man ikke kan fjerne den før man godtar. Fører dette til at det er vanskelig å bruke tjenesten kan samtykket være ugyldig. Det er imidlertid ingen øvrige krav til hvordan en forespørsel skal være utformet.

3.3 Utvetydige samtykkekrav

I Norge er det ikke bare personvernforordningens krav som gjelder. Lov om elektronisk kommunikasjon (ekomloven) § 2-7b legger nemlig til rette for at dersom man ikke har slått av cookie-innstillinger i nettleser kan dette i noen tilfeller betraktes som gyldig samtykke (Nasjonal Kommunikasjonsmyndighet, 2020). Dette bryter med reglene i personvernforordningen da slike innstillinger ikke kan regnes som samtykke gitt ved aktiv handling. Langt i fra alle norske nettstedet har produsert egne løsninger for samtykke, men lar heller nettleserinnstillinger gjøre jobben. Problematikken ble satt på spissen i den såkalte Planet49-saken i 2019 hvor EU-domstolen konkluderte med at samtykke ikke er gyldig når det gitt på forhånd i nettleser (Nasjonal Kommunikasjonsmyndighet, 2020). Det var ventet at Nasjonal

Kommunikasjonsmyndighet kanskje ville gjøre endringer i ekomloven i kjølvannet EUs dom i saken (Bull & Co, 2019). Det har ikke skjedd, men det statlige organet anbefaler nå innhenting av aktivt samtykke hvis det er usikkerhet om behandlingen reguleres av GDPR eller hvis nettsiden retter seg mot europeiske land (Foss, 2019). Derfor har det hersket usikkerhet om hvorvidt nettstedet trenger å utarbeide egne samtykkeverktøy. En generell anbefaling har derfor vært at dersom man er i tvil så bør man gjøre det. Mulig endring i lovverket er varslet (Nasjonal Kommunikasjonsmyndighet, 2020).

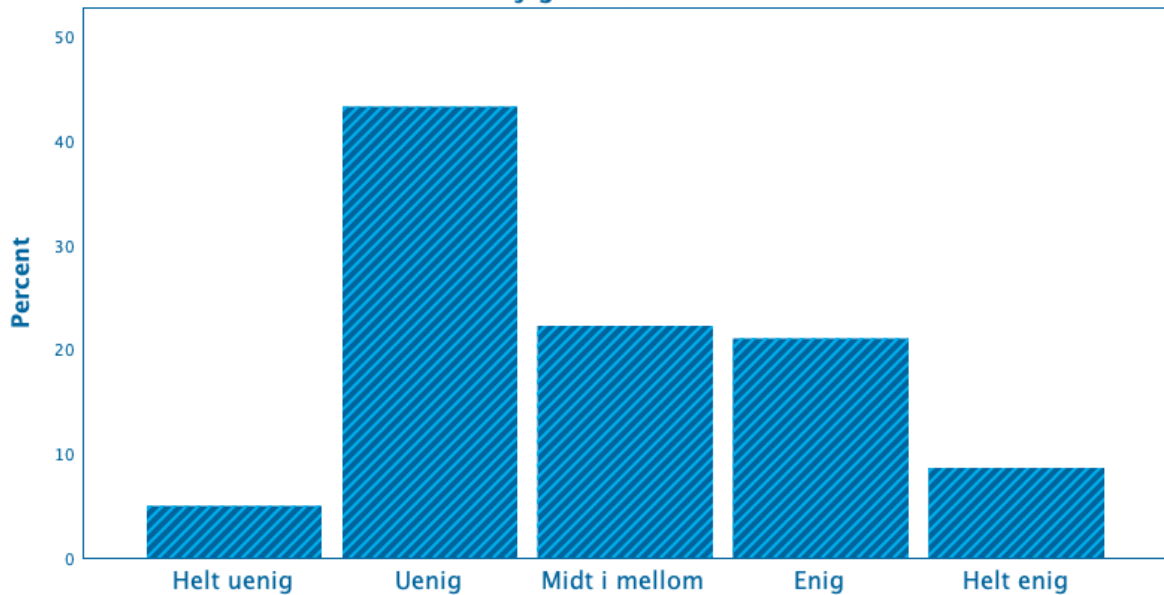
4 Samtykkeforespørsler og samtykkeinnstillinger

Det virker som konsensusen ute blant folk er at det ikke er så farlig å dele sine personopplysninger. Hypotesen i problemstillingen var at en betydelig andel folk ikke bryr seg nok til å ta stilling til samtykkeforespørsler, og bare godtar eller klikker dem bort uten å sette seg inn i dem. For å få noe mer håndfast å basere diskusjonen på ble det vurdert å gjøre en spørreundersøkelse for å forhøre seg om folks tanker og handlinger når det gjelder deling av personopplysninger. Blant annet for å se om man kunne bekrefte hypotesen om at mange internettbrukere ikke tenker så mye over deling av personopplysninger på nett. Resultatene ville også kunne være med å kartlegge folks vaner i møte med samtykkeforespørsler og personverninnstillinger.

4.1 Spørreundersøkelse

Undersøkelsen foregikk ved at deltakerne fikk elleve påstander hvor de ble bedt om å vurdere hvor enige de var med hver enkelt påstand. Alternativene sto mellom helt enig, enig, midt i mellom, uenig eller helt uenig. En av påstandene skilte seg fra dette formatet. De første påstandene gikk ut på om deltakerne var enige i at de pleier å ha kontroll på hvilke personopplysninger som samles inn om dem og hva opplysningene brukes til. Resultatene fra første påstand indikerer en nokså jevn normalfordeling, med litt skjev helling mot «uenig». Fra påstand om de vet hva opplysningene brukes til skjener resultatene mer i retning uenig (se figur 1). At ikke engang tre av ti sier seg enig at de vet hva deres opplysninger brukes til, henter om at de ikke er tilstrekkelig informert. Det at så få sier seg helt uenig kan tyde på at de fleste har litt kunnskap om brukes av deres opplysninger, men at få har mye. Spørreundersøkelsen i sin helhet ligger vedlagt i vedlegg 1.

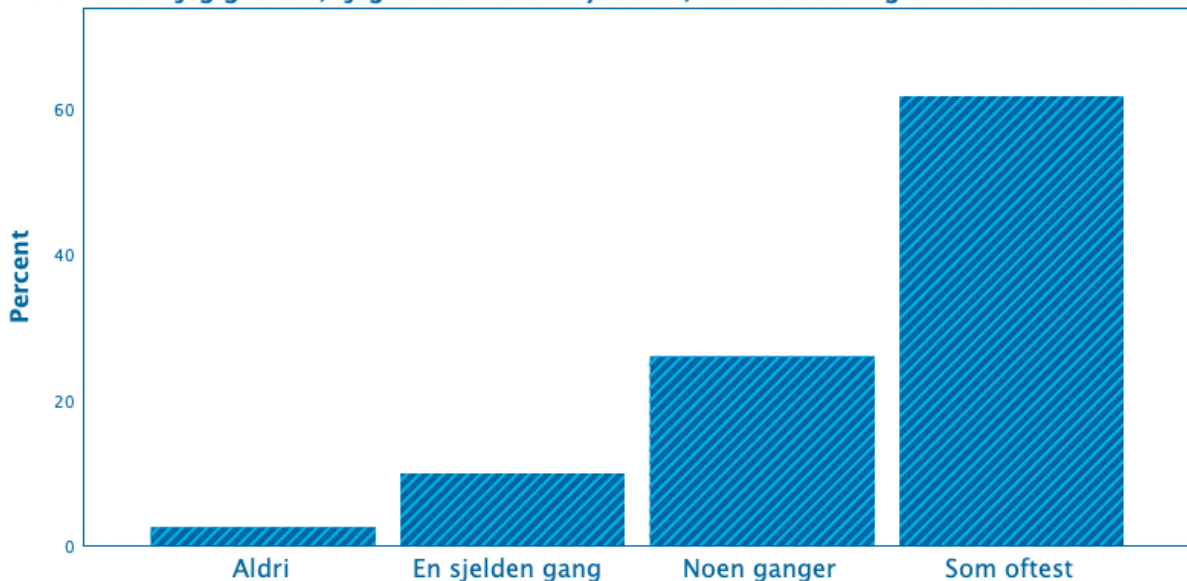
Jeg vet i stor grad hva mine personopplysninger brukes til på de fleste nettsidene og tjenestene jeg bruker.



Figur 4.1: Resultat fra påstand nr.2 fra spørreundersøkelsen.

Påstand tre avvek fra enig-uenig formatet. Deltakerne ble vist en sammensatt figur med eksempler på ulike samtykkeforespørsler hentet fra skjermdumper fra diverse nettsteder. Deretter ble de spurt om hvor ofte de ignorerer, bare klikker «jeg godtar» eller lignende uten å sette seg inn i hva det gjelder. Mer 3 av 5 i utvalget svarer at de som oftest klikker bort, ignorerer samtykkeforespørsler uten å ta stilling til de (se figur 4.2). Bare to av de 81 spurte svarte at de aldri gjør dette og åtte svarte at de bare gjør det en sjelden gang. Dermed tyder det på at dette er svært utbredt.

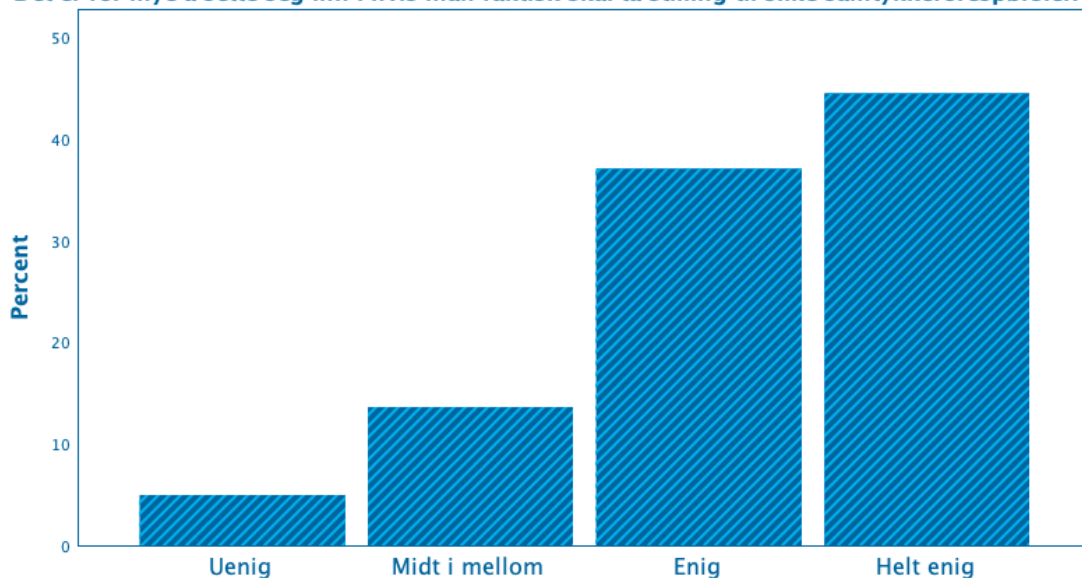
I møte med samtykkeforespørsler som vist ovenfor, hvor ofte hender det at du ignorerer eller bare klikker «jeg godtar», «jeg forstår» eller krysser ut, uten å ta stilling til hva det innebærer?



Figur 4.2: Resultat fra påstand nr. 3 fra spørreundersøkelsen

Påstand fire, fem og seks gikk ut på hvordan deltakerne opplever å få samtykkeforespørsler. I resultatene fra påstand fire sier majoriteten av deltakerne seg enig eller helt enig i at «samtykkeforespørsler forstyrrer meg i å gjøre det jeg egentlig skal». Påstand fem avslører bred enighet blant en overveldende majoritet av deltakerne om at det er for mye informasjon å sette seg inn i hvis man skal ta stilling til samtykkeforespørsler (se figur 4.3). Ingen svarte helt uenig på dette, derfor vises ikke dette som svaralternativ.

Det er for mye å sette seg inn i hvis man faktisk skal ta stilling til slike samtykkeforespørsler.

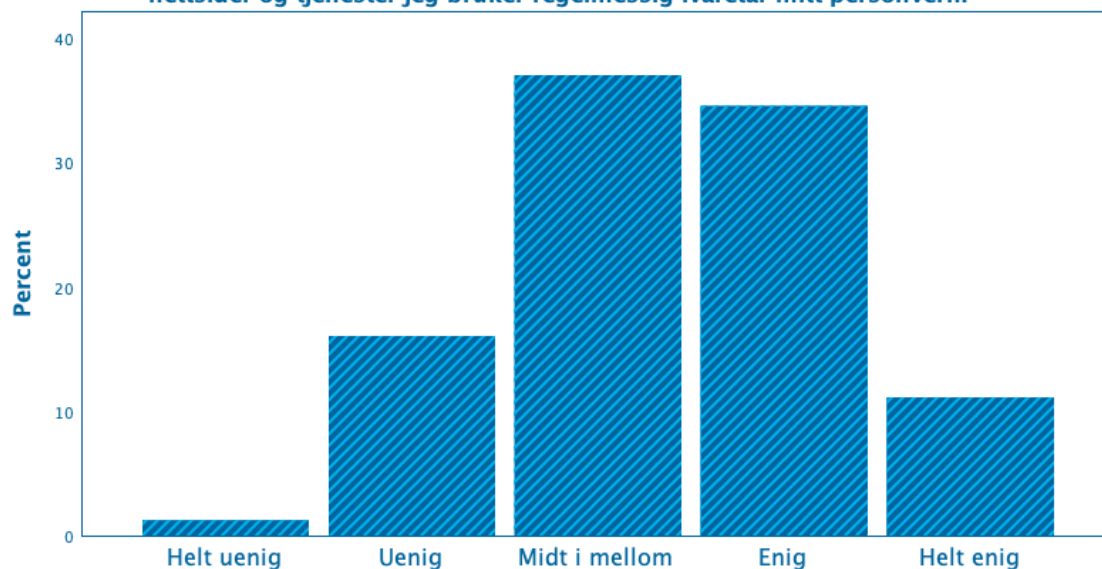


Figur 4.3: Resultat fra påstand nr. 5 i spørreundersøkelsen

I påstand seks svarte over 60 % at de er enig eller helt enig i at de synes det er vanskelig å finne nødvendig informasjon når de ønsker å sette seg inn i hva deres samtykke innebærer. Fra påstand sju sier så vidt en av fem at de pleier å gå inn på personvernssidene til nettsiden de er på om de lurer på hva som samles inn eller hva opplysningene deres blir brukt til.

Påstand åtte viser imidlertid at deltakerne har tiltro til at nettsidenes standardinnstillinger for hva som samles inn av opplysninger ivaretar deres personvern (se figur 4.4).

Jeg har tiltro til at standardinnstillingene for hvilke opplysninger som samles inn om meg de på nettsider og tjenester jeg bruker regelmessig ivaretar mitt personvern.



Figur 4.4: Resultat fra påstand nr. 8 i spørreundersøkelsen.

Deltakerne later til å ha en viss tiltro til at personopplysningene deres blir forsvarlig håndtert av de nettsider og tjenester de bruker regelmessig. Bare litt over 10 % sa seg uenig og helt uenig i dette. 46 % sa seg imidlertid verken enig eller uenig.

Påstand ti og elleve gikk ut på om deltakerne bryr seg om at deres personopplysninger samles inn og om de bryr seg om hvordan de blir behandlet. Svarende på begge disse lener mot at deltakerne bryr seg om begge, men bryr seg enda mer om hvordan behandlingen foregår.

4.2 Ekspertevaluering

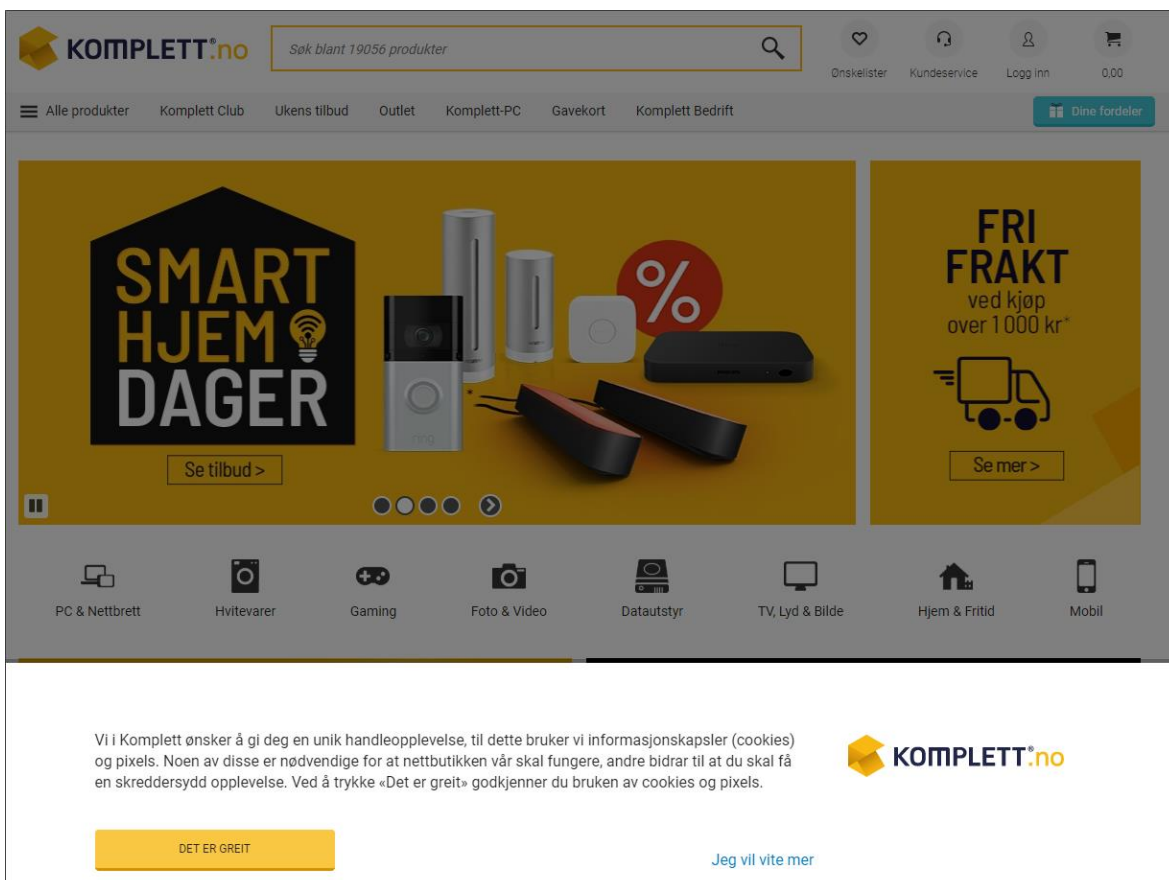
Fem norske nettstedene og løsninger for samtykke og personverninnstillinger ble inspisert. Som forklart i forrige del av oppgaven er kravene til gyldig samtykke at det skal være frivillig, spesifikt, informert, utvetydig, dokumenterbart og mulig å trekke tilbake. Disse kravene ble derfor lagt til grunn i guideline evalueringen for å evaluere om nettstedene følger kravene når de innhenter samtykke som behandlingsgrunnlag. Nettstedenes design av samtykkeforespørsler og personvernsider- og innstillinger ble systematisk undersøkt med søkelys på hvordan hvert enkelt nettstedets løsninger var designet for å etterleve hvert enkelt krav til gyldig samtykke. Nettstedene som inngikk i testen, var et utvalg mye besøkte norske nettsider.

- VG – www.vg.no
- FINN – www.finn.no
- Komplet – www.komplett.no
- Dagbladet – www.dagbladet.no
- Gule Sider – www.gulesider.no

Behandlingsansvarlige står fritt til å velge hvordan de vil designe sine løsninger. Derfor varierer det også hvordan samtykkeforespørsler og samtykkeinnstillinger ser ut fra nettsted til nettsted. Forbrukere har gjerne kun nettstedenes samtykkeforespørsler, personversider og innstillinger å forholde seg til for å kontrollere egne data. Løsningenes design er derfor helt avgjørende for hvordan de opplever at nettstedet ivaretar personvernet. Suboptimale designvalg kan blant annet føre til at brukerne ikke forstår hva de samtykker til eller hva opplysningene deres brukes til og at de ikke klarer å trekke tilbake sine samtykker.

4.2.1 Frivillig

Det første kravet til et gyldig samtykke er at det ikke skal foreligge press om å godta samtykkeforespørselen. Å takke nei skal heller ikke medføre negative konsekvenser. Her skilte Kompletts samtykkeforespørsel seg ut. Den er designet slik at den tar opptar stor del av skjermen, og gjør resten av nettsiden «klikkbare». Den kan ikke trykkes vekk eller krysses ut. Bruker tvinges til å ta stilling til om man vil godta forespørselen eller om man «vil vite mer». Noen vil nok oppleve det at man ikke gå videre uten at man enten godtar eller leser mer som press for å godta. Velger man «jeg vil vite mer»-lenken utvides forespørselen og man kan velge hvilke typer databehandlinger man ønsker å samtykke til, rett i selve forespørselen.



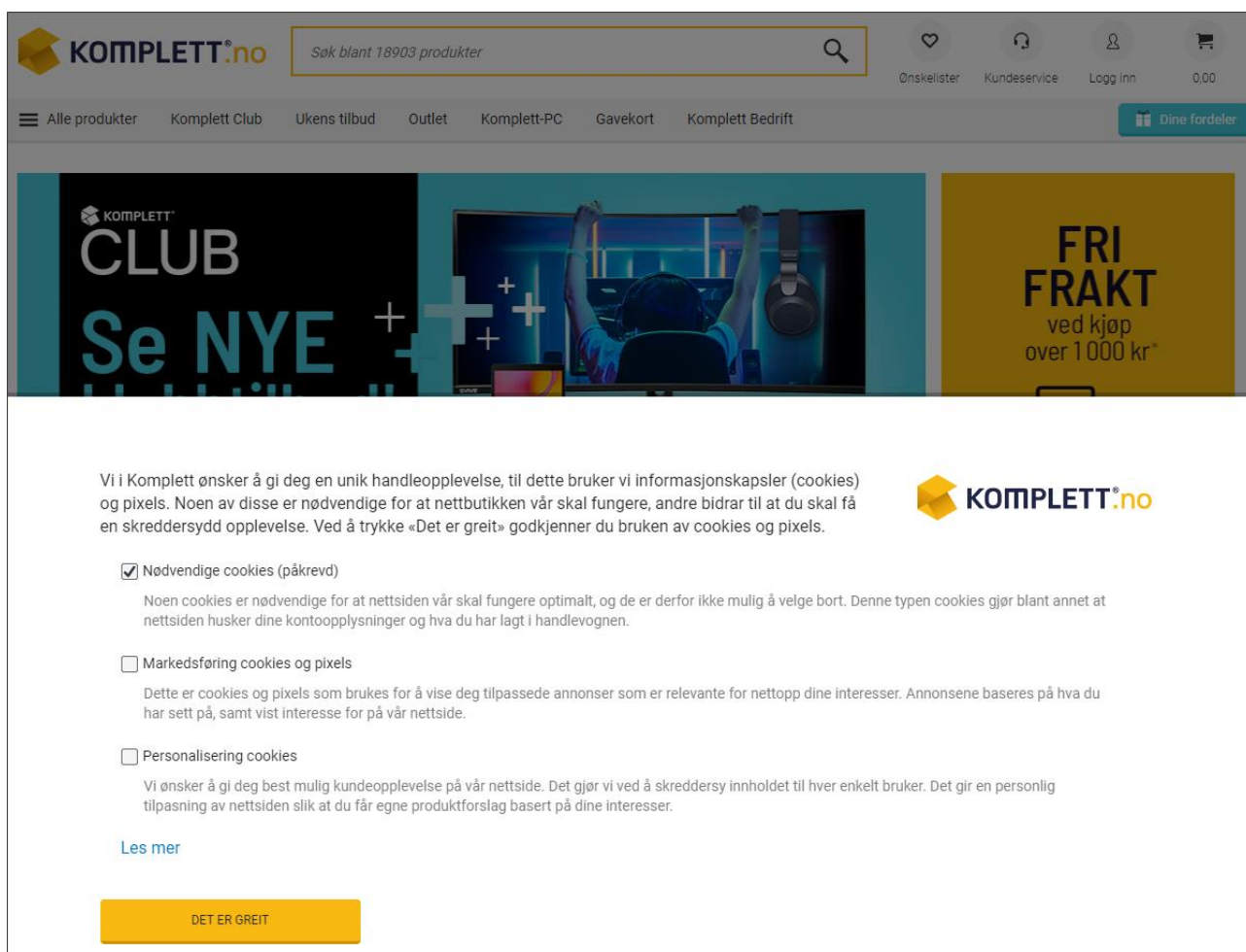
Figur 4.5: Skjermdump fra Kompletts samtykkeforespørsel. Hentet fra <https://www.komplett.no>, 15 april 2020.

Samtykkeforespørlene på de andre nettsidene var mulig å klikke vekk eller ignorere. Det ble ikke funnet annet press om å godta, som for eksempel nedsatt funksjonalitet.

4.2.2 Spesifikt

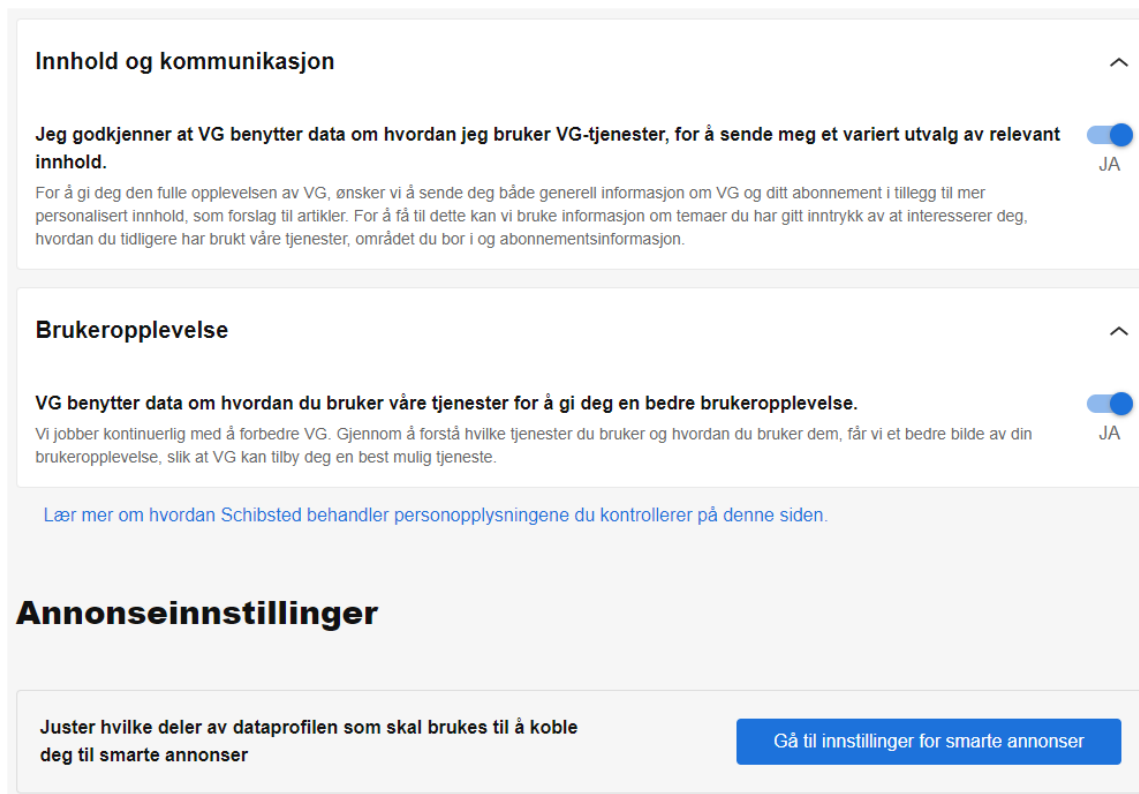
Kravet om at samtykket skal være spesifikt vil si at det skal komme tydelig frem hva samtykket og databehandlingen gjelder. Brukers samtykke må eksplisitt spørres etter og databehandler må innhente samtykke for hvert enkelt formål. En god designtilnærming for dette kravet kan være å dele inn samtykkene og tilby granulære innstillinger slik at bruker kan huke av avkrysningsbokser eller klikke på av/på-brytere ved siden av en presis beskrivelse av behandlingen.

Nettstedene hadde nokså ulike løsninger for å dele opp samtykkene på, men alle nettstedene delte opp samtykker etter formålene med databehandlingene de driver med. Komplet og Gule Sider lar bruker gjøre samtykkevalg rett i sin samtykkeforespørsel, som vist på figur 4.6, dersom man først trykker på en «jeg vil vite mer»-knapp eller tilsvarende.



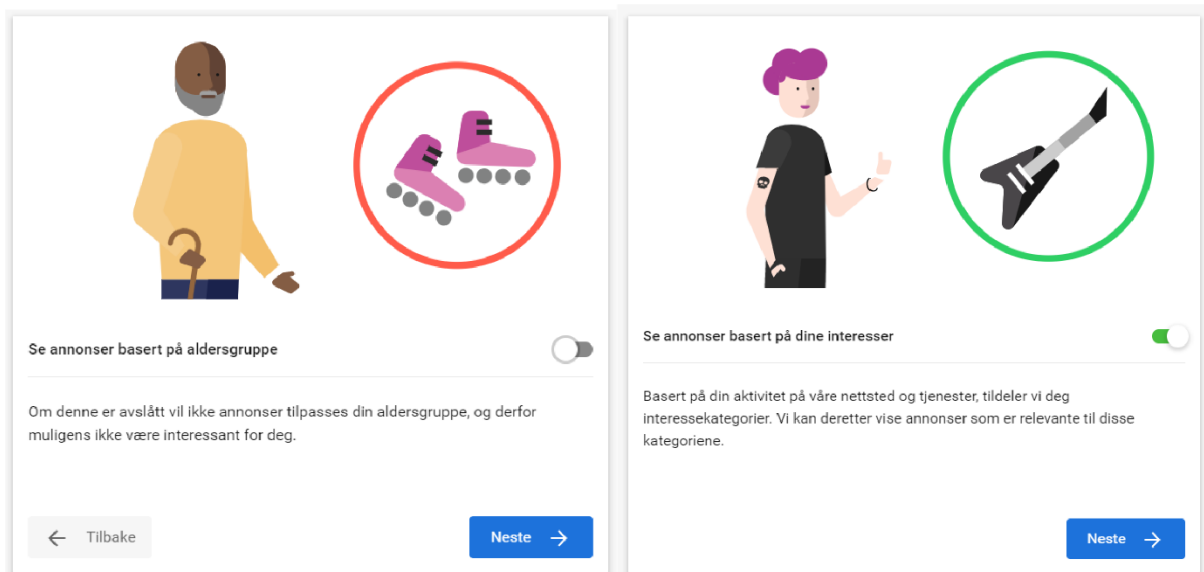
Figur 4.6: Skjermdump fra Kompletts samtykkeforespørsel. Hentet fra <https://www.komplett.no>, 15 april 2020.

Hos løsningene til VG og FINN ble kravet om spesifikt samtykke etterlevd ved at bruker får mulighet til å gjøre spesifikke samtykkeinnstillinger på personvernsidene til nettstedene, som man blir sendt til ved å klikke på en «jeg vil vite mer»-knapp i samtykkeforespørsel. VG og FINN eies begge av internett- og medieselskapet Schibsted. I samtykkeforespørsel på begge nettstedene får man beskjed om at Schibsted også er behandlingsansvarlig. Schibsted står for felles innloggingssystem hos både VG og FINN og er behandlingsansvarlig for de personopplysninger som brukes til markedsføring. Dette gjør at bruker må gi samtykke til enkelte formål på VG og FINNs egne sider, mens samtykke for annonsering gis eksternt hos Schibsted (se figur 4.7).



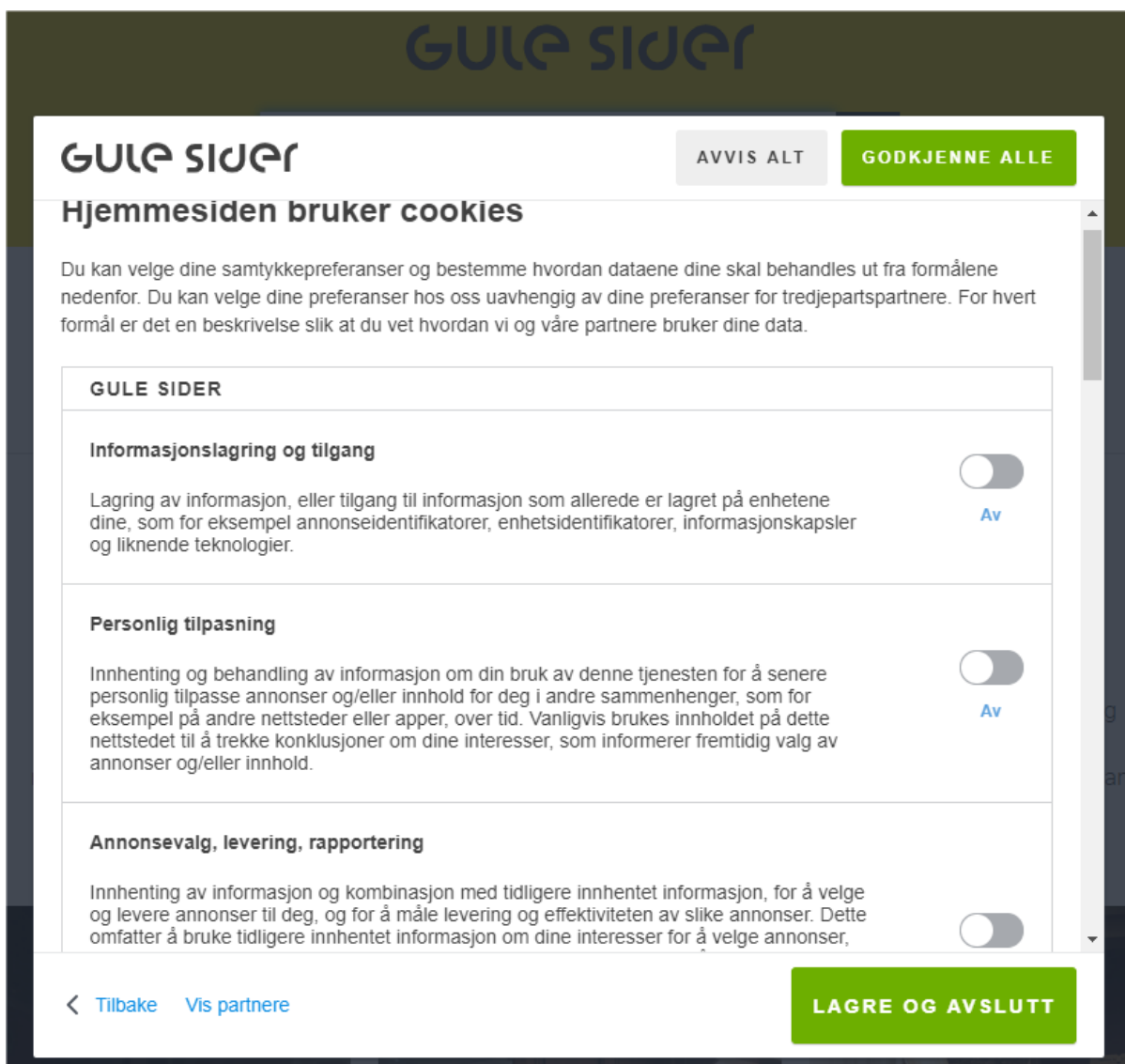
Figur 4.7: Utklipp fra skjermdump av VGs personverninnstillinger. Hentet fra <https://www.vg.no/minside/personvern>, 14 april 2020.

Alle nettstedene delte opp samtykkeinnstillingene etter formål med behandlingen. Valg for personlig tilpasning, analytiske formål og annonsering gikk igjen hos alle, med unntak av FINN som kun hadde personlig tilpasning og annonsering. I annonseinnstillingene hos Schibsted var det mulighet for å gjøre mer spesifikke valg. Man fikk selv velge hvilke personopplysninger som kunne brukes til markedsføring (se figur*). De var de eneste i testen som lot bruker velge hvilke personopplysninger som kunne brukes til dette. Blant de øvrige nettstedene besto valget simpelthen mellom at enten kan alle personopplysninger brukes til markedsføring eller så kan ingen.



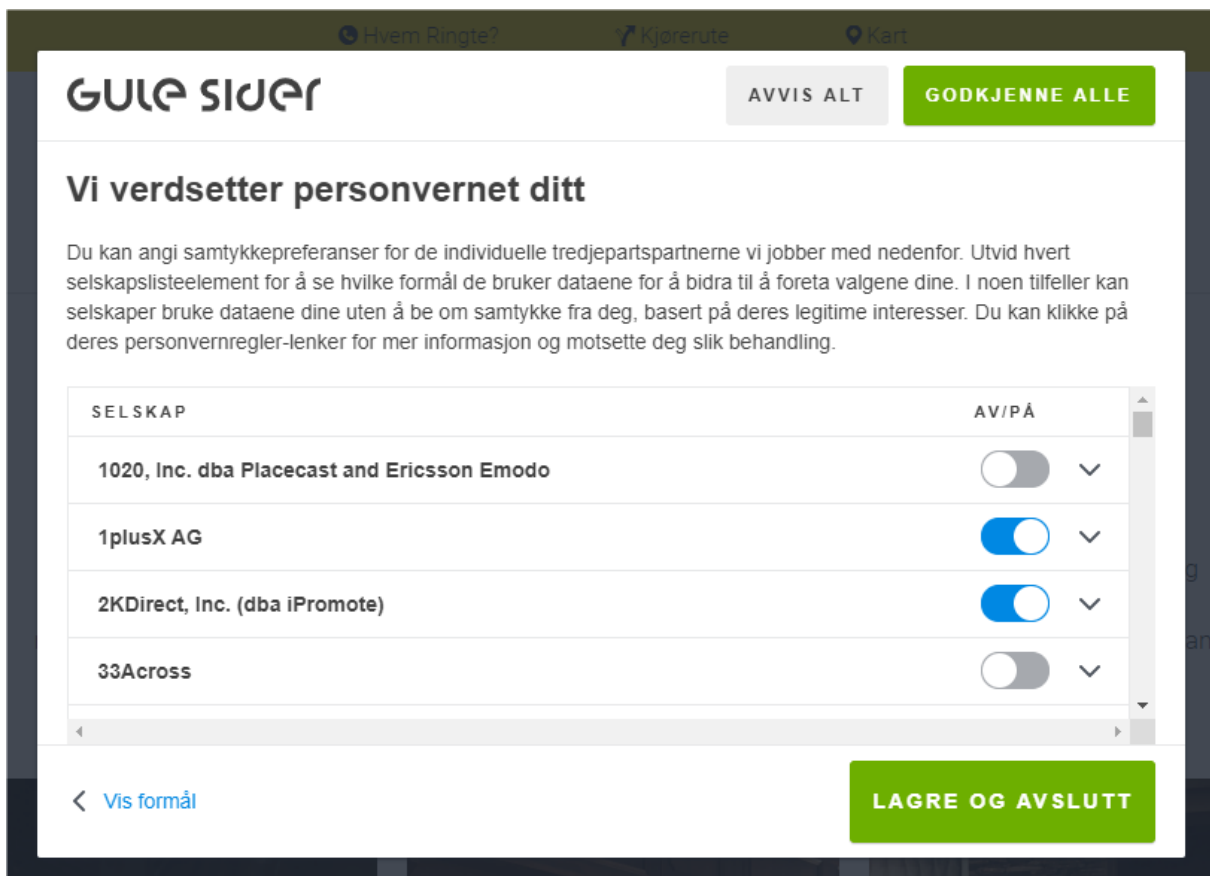
Figur 4.8: Utklipp fra skjermdump av Schibsteds spesifikke annonseinstillinger. Hentet fra https://aboutme.schibsted.com/p/no/ads/9d0496ef-2fa4-45d7-ac26-d8bd8cf122c1?locale=nb_NO, 14 april 2020.

Gule Sider var det nettstedet i testen som tilbød mest spesifikke samtykkeinnstillinger. I likhet med Kompletts løsning velger også Gule Sider å sette innstillingene rett i selve forespørselen. Det deles inn i samtykke til informasjonslagring, personlig tilpasning, annonsering, innholdsvalg og måling. I tillegg kan man velge hvilke tredjeparter blant Gule Siders samarbeidspartnere man godkjenner at kan behandle ens opplysninger (se figur 4.9 og 4.10).



Figur 4.9: Utklipp av skjermdump fra Gule Siders samtykkeforespørsel. Hentet fra: <https://www.gulesider.no>, 16 april 2020.

Gule Siders design av samtykkeforespørsel fremstår som det mest avanserte, med hendige knapper for om man ønsker å godkjenne eller avvise samtlige innstillinger.



Figur 4.10: Utklipp fra skjermdump av Gule Siders samtykkeforespørsel. Hentet fra: <https://www.gulesider.no>, 16 april 2020.

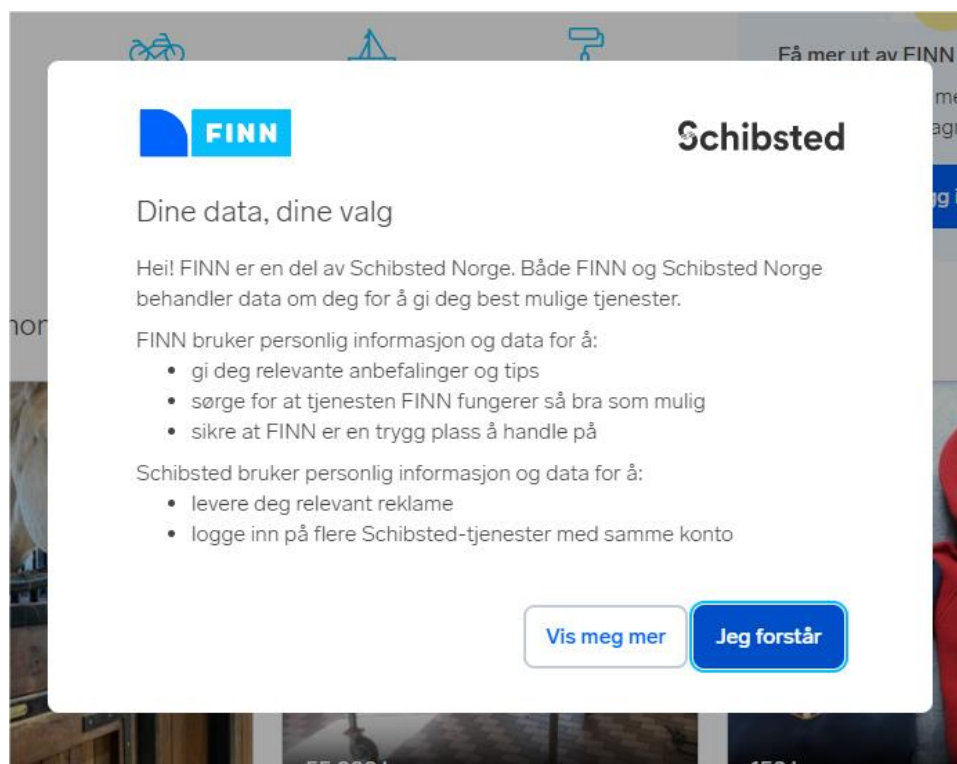
I Dagbladets design kreves det at man har en innlogget profil før man kan gjøre sine preferanser. For innlogging benyttes en felles innloggingstjeneste kalt aID og det var i denne løsningen samtykkeinnstillingene var. I testen ble det opprettet en bruker for å undersøke disse. Innloggede brukere kunne velge om de ønsker tilpasset innhold, tilpassede annonser og om de ønsker å dele data til forskningsformål. Det ble oppgitt at valgene man gjør her gjelder for alle virksomheter som bruker aID som innloggingsløsning. Dermed gjelder ikke samtykkene spesifikt for Dagbladet, men gjelder om man besøker en rekke andre aviser også.

4.2.3 Informert

Bruker har krav på å kunne gjøre informerte valg. Virksomhetene er pliktige til å presentere informasjon på en måte som gjør den lett å forstå. Den må være oversiktlig, lett å finne fram i og det må brukes et enkelt språk. Det er en kunst å kunne fatte seg i korthet og samtidig få kommunisert nødvendig informasjon. Hvor mye informasjon som skal presenteres i selve samtykkeforespørselen og hva bør plasseres på undersidene for personvern? Noen gode designprinsipper man kan følge for å gjøre informasjon mer tilgjengelig kan være å sette informasjonen i et hierarkisk system, presentere

informasjonen lagvis og ta i bruk klikkbare lenker og overskrifter for å gjøre det lettere å navigere. Illustrasjoner eller eksempler kan være nyttig for å forklare hvordan en spesifikk funksjon tar i bruk personopplysninger. Datatilsynet anbefaler at samtykkeforespørsel minimum inneholder hvem som samler inn data, hvilke data som samles inn, til hvilke formål og hvordan man trekker tilbake samtykke (Datatilsynet, 2019). Resten kan vises bak en «vis mer»-funksjon enten ved at forespørselsvinduet utvides, at det linkes til undersidene personvern eller henvises til personvernerklæringen.

Samtlige nettstedene i testen opererte med en frase lignende «vi bruker dine opplysninger til forbedring av tjenesten, personlig tilpasning og til markedsføring» i sine samtykkeforespørsler. Det skaper en generell forståelse av situasjonen, men sier ingen ingenting om hvilke opplysninger som samles. Ingen av nettstedene forklarte hvilke opplysninger som ville bli samlet inn før man eventuelt klikket på en «vis mer»-knapp eller tilsvarende. Det informeres bare om at personlig informasjon blir brukt, som vist i figur 4.11.



Figur 4.11: Utklipp fra skjermdump FINNs samtykkeforespørsel. Hentet fra <https://www.finn.no>, 14 april 2020.

Alle nettstedene i testen lenket til informasjonssider ved en «vis mer»-knapp eller lenke i samtykkeforespørselen. I Komplette og Gule Sider sine forespørsler hadde «vis mer»-knapp som utvidet forespørselene seg og man ble servert mer forklarende beskrivelse av hvordan innsamlingen ville skje og hvilke opplysninger som ville bli samlet inn. På de øvrige nettsidene ble man navigert sendt til sidene for personvern for å få greie på hvilke opplysninger som samles inn.

VG og FINN oppgir i sin forespørsel at de og Schibsted er behandlingsansvarlige på sine nettstedet. Formålene med behandlingen kommer også fram i forespørselene, men ikke informasjon om hvilke opplysninger som samles inn eller om hvordan man trekker tilbake samtykker. FINN har egne sider for personvern, mens VG lenker til Schibsteds eksterne nettsider for mer informasjon om deres behandling av personopplysninger. Schibsteds sider inneholdt mye informasjon om personvern generelt og om deres databehandling og bruk av informasjonskapsler. Fine illustrasjoner gjorde annonseinstillingene enkle å forstå (se figur 4.8). Ellers var personvernsidene uoversiktlige og vanskelig å navigere. Lite intuitiv informasjonsarkitektur, mangel på hierarki, samt knapper og lenker som ikke leder til det de sier gjorde det lett å gjøre feil. Klikker man seg inn til Schibsteds sider via lenke hos VGs personvernside ledes man direkte til side man kan gjøre annonseinstillinger. Men om klikker på tilsvarende knapp hos FINN kreves det at man logger inn med Schibstedkonto først før man må lete etter siden man gjør annonseinstillinger på. Designet ble ikke opplevd som oppfyllende ovenfor virksomhetens plikt til å tilby informasjon som er lett å finne frem i. Samtidig tok det ekstra tid å sette seg inn i to ulike brukergrensesnitt. FINNs egne personvernsider hadde til gjengjeld et enklere informasjonshierarki med klikkbart sidepanel for navigering i tillegg til det som kalles trekkspill-bokser for lagvis oppstyking av informasjon se figur 4.12. En trekkspill-boks er et UI-element, en container som kan åpnes, utvides og lukkes.

Dine innstillinger

Personlig tilpasset FINN ▼

Vi foreslår FINN-innhold tilpasset din interesse

Smart reklame ▲

Vi kan bruke informasjon om hva du ser på, hvor du befinner deg og hvilken målgruppe du er i for å gjøre reklamen mer relevant for dine interesser. Takker du nei vil du fortsatt få reklame, men den vil være tilfeldig.

Schibsted Norge er behandlingsansvarlig for påloggingsløsning og målrettet reklame.

[Gå til Schibsted Norge](#)

Administrer dine data

Slett min historikk ▲

Her kan du be oss slette alle data vi har samlet om dine besøk på FINN.

Alle data om dine bevegelser og det du har lagt inn på FINN blir slettet. Dataene kan ikke gjenopprettes i ettertid.

NB! Siden du ikke er logget inn, vil slettingen bare gjelde aktiviteten din i den nettleseren og enheten du bruker nå, eventuelt appen du er på.

[Slett min historikk](#)

Figur 4.12: Utklipp fra skjermdump av FINNs sider for samtykkeinnstillinger.
Hentet fra: <https://www.finn.no/personvern>, 14 april 2020.

Gule Siders informasjonssider tar i bruk klikkbare lenker øverst på sidene for å gjøre informasjonen lett navigerbar som vist på figur 4.13. Det brukes nummererte overskrifter som gjør informasjonen lettere å lese, men kunne med fordel vært mer inndelt. Fremstår som en «wall-of-text» og vil nok for noen kunne virke avskrekkende. Det brukes heller ingen eksempler eller illustrasjoner for å gjøre informasjonen lettere å bearbeide.

Gule Siders personvernerklæring

- [Generell beskrivelse av hvordan vi behandler opplysninger](#)
- [Rettslig grunnlag](#)
- [Hvilke opplysninger samles inn, og til hvilket formål?](#)
- [Overføring av personopplysninger til våre samarbeidspartnere \(tredje part\)](#)
- [Sikkerhet og integritet](#)
- [Hvor behandles opplysningene dine?](#)
- [Eksterne koblinger](#)
- [Hva er dine rettigheter og valg?](#)
- [Endringer i personvernerklæringen](#)
- [Kontakt oss](#)

1. Generell beskrivelse av hvordan vi behandler opplysninger

Gule Sider samler inn personopplysninger for blant annet å kommunisere med og oppfylle våre forpliktelser overfor kunder og brukere i samsvar med inngåtte avtaler, samt for å forbedre kvaliteten på produktene og tjenestene. Dessuten samler vi inn personopplysninger for å vise tilpasset innhold og markedsføring til deg. Videre samler vi også inn personopplysninger for å administrere tjenestene og sørge for at du får tilgang til dem, svare på henvendelser til kundeservice og rette opp feil. Gule Sider vil bare behandle din personlige informasjon til de formålene den ble samlet inn for og i samsvar med denne personvernpolitikken og relevant lovgivning. Vi oppbevarer personopplysningene så lenge som det er nødvendig for å oppnå behandlingsformålene som er beskrevet i denne personvernerklæringen. Når personopplysningene ikke lenger er relevante for formålene de ble samlet inn for, sletter eller anonymiserer vi dem, inkludert eventuelle logger eller annen sikkerhetskopiert informasjon.

2. Rettslig grunnlag

Ditt personlige personvern er viktig for Gule Sider og vi behandler bare din personlige informasjon i samsvar med relevante personvernlover. Vi behandler din personlige informasjon når det er nødvendig for å oppfylle en avtale med deg og for å behandle kundesaker og tjenester levert av Gule Siders kundeservice. Vi behandler også dine personlige opplysninger når vi har en legitim interesse, for eksempel direkte markedsføring til deg. Ved behov ber vi om ditt samtykke.

3. Hvilke opplysninger samles inn, og til hvilket formål?

Opplysningstjenester

Gule Sider tilbyr tjenester der vi samler inn og utleverer navn, telefonnumre og adresser til registrerte abonnenter. Denne informasjonen er opprinnelig gitt av telefonoperatørene for abonnentinformasjonsformål. Vi kan også samle inn og utlevere navn og adresser til personer uten telefonnummer.

Informasjonen behandles med støtte av berettiget interesse, GDPR 6 (1) (f), og slettes tolv måneder etter at den er innhentet.

Tilpasset og relevant annonsering

Produktene og tjenestene våre inneholder tilpassede annonser. Slike annonser blir gitt av Gule Sider, våre kunder og samarbeidspartnere. På denne bakgrunn kan vi samle inn informasjon om hvordan du som bruker benytter deg av våre produkter og tjenester for å vise tilpasset innhold og annonser for deg. Vi kan også skape denne muligheten for våre samarbeidspartnere. Gule Sider

Figur 4.13: Utklipp av skjermdump av Gule Siders personvernerklæring. Hentet fra

<https://www.gulesider.no/hjelp/personvernerklaering>, 16 april 2020.

Løsningen på Kompletts personvernsider tar i likhet med Gule Siders i bruk klikkbare lenker og nummererte overskrifter for å navigere. Kompletts kommer heller ikke med konkrete eksempler eller illustrasjoner som forklarer hvilke funksjoner som tar i bruk

personopplysninger. Det de derimot har, som eneste nettsted i testen er at de har laget et søkefelt som lar bruker søke i personvernssidene.

Personvern

Søk i Kundeservice

Personvernerklæring

Denne personvernerklæringen forteller hvordan Komplett.no samler inn og behandler personopplysninger.

Komplett.no, ved administrerende direktør, er behandlingsansvarlig for virksomhetens behandling av personopplysninger. Den behandlingsansvarlige har det øverste ansvaret for å sikre at all behandling og håndtering av personopplysninger skjer i samsvar med gjeldene lovgivning. Der det daglige ansvaret er delegert, kommer dette frem under hvert enkelt punkt i denne erklæringen. Delegeringen omfatter kun oppgavene og ikke ansvaret.

Komplett.no har et eget personvernombud. Oppgavene til personvernombudet er å gi ansatte informasjon og råd om personvernlovgivningen, overvåke etterlevelse av personvernforordningen og interne retningslinjer. Samt gi råd om personvernkonsekvenser og være kontaktpunkt for de registrerte og tilsynet.

Erklæringen inneholder informasjon om dine rettigheter ved lagring av personopplysninger gjennom et kundeforhold hos Komplett.no, og generell informasjon om hvordan vi behandler personopplysninger i henhold til gjeldende personvernlovgivning.

Komplett deler ikke personopplysninger med andre, eller bruker opplysningene til annet formål enn det som er angitt i denne personvernerklæringen

Figur 4.14: Utklipp fra skjermdump av Komplett.nos personvernssider. Hentet fra: <https://www.komplett.no/kundeservice/om-komplett/personvern/>, 15 april 2020

Ved å klikke «les mer» i samtykkeforespørsel hos Dagbladet sendes man til en ekstern side under domenet [aller.no](https://www.aller.no). Aller Media oppgis å være behandlingsansvarlig for personopplysninger som gjøres av Dagbladet. Informasjonen gjøres tilgjengelig og navigerbar ved stykke den opp og raus bruk av trekkspill-bokser (se figur 4.15).

I denne personvernerklæringen gir vi deg informasjon om hvordan vi bruker og beskytter dine personopplysninger og hvilke personvernrettigheter du har.

+ Hvilke opplysninger har vi?

× Hvordan bruker vi opplysningene?

+ Abonnement og brukerkonto

+ Våre nettsider og apper

× Direkte markedsføring

Hva bruker vi opplysningene til

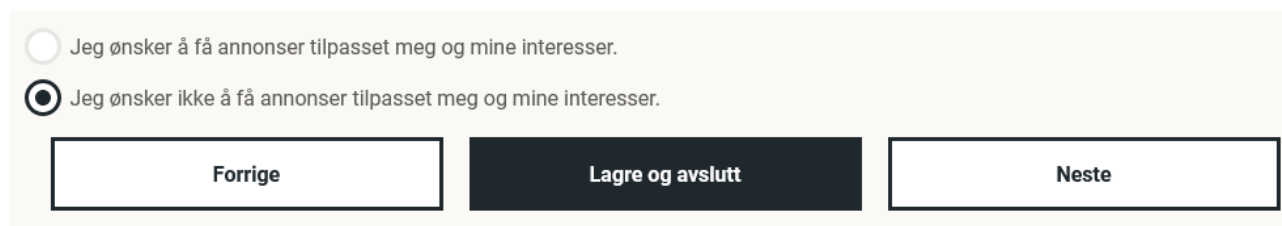
Vi bruker kontaktopplysninger, brukerkontoopplysninger, kjøpshistorikk, lokasjonsopplysninger, markedsføringsinnstillinger og profileringsopplysninger for å kunne gi deg relevant og personalisert informasjon og tilbud.

Figur 4.15: Utklipp av skjermdump fra Dagbladets personvernpolicy. Hentet fra: <https://personvern.aller.no/personvern>, 15 april 2020.

For å gjøre innstillinger blir man forklart at man må logge inn med aID-profil uten at det lenkes videre til sidene hvor man kan gjøre det. Det lenkes heller ikke tilbake til Dagbladet. Løsningen gjorde at man måtte forholde seg til tre ulike nettsteder for å informere seg og for å gjøre samtykkevalg. Det ble opplevd som tungvint.

4.2.4 Utvetydig

Utvetydig samtykke innebærer at det ikke skal foreligge tvil om hva som menes med å godta. Dette ble evaluert ved å se på hvordan nettstedene presiserer hva samtykkene gjelder, hvordan man gir samtykke og standardinnstillingene. Ved siden av innstillingene hadde samtlige nettsteder hadde en kort tekst ved siden av avkryssingsboks, radioknapp eller av/på-knapp som forklarte hva det ville bety om man valgte å godta. På dette punktet hadde alle nettstedene unntatt Dagbladet tilfredsstillende beskrivelser. Hos Dagbladets samtykkeinnstillinger i aID kunne det reises tvil om hva man faktisk skjer dersom man takker nei. Det sto ikke spesifikt at Dagbladet vil slutte å samle inn data som kan brukes til personalisert innhold eller målrettede annonser dersom man takker nei til dette, bare at de vil slutte å vise det (se figur 4.16).



Figur 4.16: Utklipp fra skjermdump av Dagbladets samtykkeinnstilling for målrettet annonsering. Hentet fra: https://www.aid.no/aid/personvern/tilpassede_annonser, 15 april 2020.

For at et samtykke skal være utvetydig kreves at det også at det gis gjennom en aktiv handling. Derfor ble det sett på om samtykkeinnstillingene sto på som standardinnstilling. Hos VG var samtykkeinnstilling for personalisert innhold og til analytiske formål på forhånd påskrudd. Det samme var innstilling for personalisert innhold hos FINN. Dette var tilfellet selv om man ikke klikket på «jeg forstår»-knappen i samtykkeforespørselen deres. Praksisen var den samme på i deres felles innloggingsløsning hos Schibsted hvor man gjør annonseinstillinger. Alle innstillinger her sto påskrudd fra før, slik at man bare kunne klikke «neste». Alle samtykkeinnstillinger for Dagbladet i deres felles innloggingsystem, aID var også påskrudd som standard. Det bryter med dataminimalitetsprinsippet og med personvern som standardinnstilling. Disse løsningene er derfor ikke i henhold til kravet om utvetydig samtykke da de ikke gis gjennom aktiv handling og kan ifølge Datastilsynet (2019) aldri utgjøre et gyldig samtykke. Dette gjaldt altså VG, FINN og Dagbladet. Alle valgbare samtykkeinnstillinger hos Komplett og Gule Sider var avslått som standard.

4.2.5 Dokumenterbart

Det går ut ifra at alle nettstedene i testen dokumenterer samtykkene ved at systemene som brukes lagrer alle hendelser og at disse kan henvises til ved behov. Det er jo et av poengene ved å ha slike systemer. Dette kravet er mer relevant for behandling av

personopplysninger for andre typer digitale tjenester. Likevel er noen ting uklare. Man skal kunne dokumentere at man følger alle kravene til samtykke. Hvordan kan FINN, VG og Dagbladet dokumentere dette når de samtidig benytter på forhånd påslåtte samtykkeinnstillinger i sine løsninger?

4.2.6 Mulig å trekke tilbake

Man skal ha mulighet til å trekke tilbake sitt samtykke uten negative konsekvenser. Det ble ikke opplevd noen negative konsekvenser ved å trekke tilbake samtykker på noen av nettstedene. Samtykkene skal være like enkelt å trekke tilbake, som de var å gi. Nettstedene som hadde innstillinger på egne undersider eller i eksterne innloggingsløsninger lot bruker tilbaketrekke samtykker samme sted som det ble gitt ved en av/på-knapp. Løsningene var litt annerledes for tilbaketrekning av samtykke hos Komplett og Gule Sider siden samtykkeforespørsler gjerne forsvinner etter at man har gjort valg og godtatt. Hos Komplett måtte man klikke seg inn på personvernsidene hvor man fikk man beskjed om at man må logge inn for å endre samtykkeinnstillingene. Det var ikke mulig å få opp samtykkeforespørselen man ga samtykkene i på nytt, i det man entret nettsiden. Gule Sider hadde en egen lenke i sin «footer» som gjorde at bruker fikk opp den samme samtykkeforespørselen som da man først gikk inn på siden og man kunne trekke tilbake samtykke på samme måte som man ga det.

5 Diskusjon

Avsløringene NRK har gjort den siste tiden har vist at det fremdeles er slik at folk deler data uten å være klar over det selv. Resultatene fra spørreundersøkelsen indikerer at mange tar lett på dette. Under tre av ti oppgir at de stort sett vet hva deres personopplysninger brukes til hos nettstedene de besøker. Likevel sier bare fem av i alt 81 deltakere seg enige eller helt enige i at de ikke bryr seg om hvordan opplysningene deres blir behandlet. Altså er dette noe de bryr seg om. Samtidig svarte bare et fåtall at de faktisk går inn og ser på samtykkeinnstillingene hvis de lurer på hva opplysningene deres blir brukt til. Skyldes dette fordi brukerne enda ikke har lært seg hvordan man kan begrense deling av personopplysninger? Eller er personvernforordningen for upresis, slik at databehandlerne kommer unna med løsninger som ikke tilstrekkelig sørger for å gi brukerne tilbake kontrollen over egne data? Problemet er nok sammensatt og flere faktorer spiller inn. Det er nok riktig at det handler litt om kunnskap. Flere mangler kanskje både teknisk innsikt og tid til å sette seg inn i hver enkelt nettsides løsning for personvern. Man bør imidlertid være forsiktig med å legge skylden på forbrukeren. Det skal ikke være opp til hver enkelt å måtte overkomme barrierer for å kunne ta kontroll over hva man vil dele. Resultatene fra spørreundersøkelsen indikerer at forbrukerne opplever at mengden informasjon er overveldende – det er for mye å sette seg inn dersom man ønsker å ta stilling til samtykke og innstillinger for deling av personopplysninger. Kravet om at forbruker har rett til å gjøre et informert valg gjør virksomhetene pliktige å tilby all nødvendig informasjon omkring databehandlingen. Det er her det oppstår problemer. Man trenger ikke bestandig all tilgjengelig informasjon for å gjøre informerte valg. Hvert nettsted bør både tilby en kortversjon og en langversjon av hvilke databehandlinger de gjør. Riktig nok var det slik at nettstedene i evalueringen hadde både korte formuleringer og mer utgreiende informasjon, men dette var ikke konsistent og ikke alltid så enkelt å skille fra hverandre. Samtykkeforespørlene som lot brukere gjøre innstillinger direkte i forespørlene hadde et fortrinn her ved at det kun var plass til å presentere essensiell informasjon ved siden av innstillingene. Samtidig kunne de inneholde tilstrekkelig informasjon slik at man ikke trengte å oppsøke personvernerklæring eller andre undersider. Dette opplevdes som et naturlig skille mellom nødvendig og utfyllende informasjon. I forespørlene uten innstillinger var informasjon så kortfattet og mangelfull at man uansett måtte klikke inn på undersider dersom man ønsker å endre på samtykkevalg. Om man velger å klikke seg inn for å lese mer og man øyeblikkelig får servert flere sider side med tekst, kan nok dette med stor sannsynlighet føles overveldende for mange. Det å plassere innstillinger sammen med større mengder informasjon synes å gjøre innstillingene mer utilgjengelige.

En annen faktor som bidro til å gjøre samtykkeinnstillinger mer utilgjengelige var antall klikk som var nødvendig for å navigere seg fram til der hvor man faktisk kunne gjøre innstillinger. Igjen et punkt hvor designene med samtykkeforespørlene som hadde innstillinger i seg, var å foretrekke. Løsninger hvor man ble sendt til personvernside, eller til eksterne sider, eller som krever innlogging før man kan gjøre samtykkeinnstillinger, ble opplevd som mer tungvint. Dette var spesielt gjeldende der samtykker og informasjon var spredt over flere brukergrensesnitt, hvor det var mangel på lenker eller

knapper for å navigere seg tilbake og hvor knapper/avkrysningsbokser for innstilling ikke var umiddelbart synlig.

Det er riktig at databehandlere nå er pålagt å innhente brukers samtykke og la bruker gjøre egne valg om hvilke opplysninger de vil dele. Men hvis det er sann at de fleste bare trykker godta, krysser ut eller ignorerer samtykkeforespørsler for å få dem ut av verden, er det da samtykker som samles inn? Hvis man må lete etter sidene man kan gjøre samtykkeinnstillinger og i tillegg kanskje må sette seg inn i flere brukergrensesnitt for å velge hvilke opplysninger man vil dele for én nettside, er det forståelig at mange synes det er fristende å bare la være og håpe at alt er i orden. I spørreundersøkelsen sa flertallet at de vanligvis stoler på at de fleste nettsteders standardinnstillinger ivaretar deres personvern. Ekspertevalueringen avslørte at tre av fem ikke engang etterlever kravet om at samtykke skal gis ved utvetydig handling. Selv om vi ikke kan generalisere noe særlig om hvor vanlig slik praksis er, kan det tyde på at regelverket enten inneholder smutthull, at det ikke blir håndhevet eller at det ikke blir tatt på alvor. Personvern skal være noe som kan på forhånd antas, som standard. Siden ekomloven tillater nettsteder å henvise til cookie-innstillinger i nettleser for samtykke, gjør at denne praksisen havner i en slags gråsoner. Ytterligere presisering fra Nasjonal Kommunikasjonsmyndighet trengs.

Når det gjelder problemet med at mange brukere bare godtar eller trykker bort samtykkeforespørsel for å slippe å ta stilling til den, var Kompletts løsning interessant. Den kunne ikke klikkes vekk som de andre, men man måtte enten godta eller gjøre innstillinger. Man kunne heller ikke bruke siden ved å ignorere den og på denne måten ble det tvunget frem en interaksjon mellom bruker og forespørsel. Det hadde vært interessant å finne ut om de som ofte klikker vekk samtykkeforespørsler også gjør det i møte forespørsler utformet på samme måte som Kompletts ved at de bare klikker godta for å få den vekk – eller om det kan føre til at flere brukere gjør samtykkeinnstillinger.

At hver enkelt databehandler står fritt til å velge hvordan de vil etterleve personvernforordningen gjør det finnes mange ulike løsninger. Som vi også så i evalueringen har alle sine ulike løsninger til samtykke og personverninnstillinger. Dette gjør at forbruker først må lære seg løsningen og designet til det enkelte nettstedet, før en tar stilling til deling av personopplysninger. Hos VG, FINN og Dagbladet måtte man sette seg inn i og lære flere brukergrensesnitt bare for å kunne gjøre samtykkevalg for deres side. Kanskje bør det standardiseres slik at det er mindre å lære seg fra nettsted til nettsted. Hvis for eksempel alle nettsteder som behandler personopplysninger hadde en knapp eller lenke til et kontrollpanel for samtykkeinnstillinger øverst i hjørnet, ville man unngå dette problemet. Kunnskap om hvordan man endrer sine samtykker ville kunne overføres fra nettsted til nettsted og dermed redusere mengden informasjon forbrukere må sette seg inn i. I alle fall ville det kunne redusere den mentale kapasiteten som kreves, og det å styre sine samtykker og ta kontroll over egne data oppleves enklere. I evalueringen var designene som lot brukere gjøre spesifikke innstillinger i samtykkeforespørsel det som lignet mest på et slikt kontrollpanel. Det var ingen andre steder man måtte gå inn for å gjøre enkelte innstillinger. Alt var samlet på et sted og i samme format. Dette gjorde samtykkeinnstillingene mer tilgjengelige. Kanskje er det derfor hensiktsmessig å stramme inn kravet om spesifikt samtykke slik at innstillingene

for hvert enkelt samtykke ikke kan spres utover flere brukergrensesnitt, men må samles i et system.

Behandlingsansvarlig ønsker at brukere skal dele mest mulig personopplysninger da dette en verdifull vare. Det er dette som er forretningsmodellen deres. Virksomhetene har direkte økonomisk motivasjon for å samle inn mest mulig personopplysninger. Dette jobber imot hver enkelts rett til privatliv på internett og i digitale tjenester.

Databehandlende virksomheter har derfor alt å tjene på at brukerne deres bare klikker «ja godtar», «jeg forstår» eller tilsvarende på samtykkeforespørlene uten å ta stilling til dem. Sånn sett kan man også si at de har insentiv til å designe løsninger som med vilje er lite brukervennlige for å øke sannsynligheten for at brukere bare trykker ja og ikke går inn i innstillingene. På en annen side kan det være et konkurransefortrinn å fremstå som en ansvarlig bedrift som tar brukernes personvern på alvor. Mange nettsider er opptatte av å fortelle at «vi bryr seg om ditt personvern» på personvernssidene deres. Det oppstår en interessekonflikt. Sannheten er nok dessverre at det for mange er lettere å tjene penger på å samle inn og behandle mest mulig opplysninger enn det er å opptre anstendig og bygge tillit til sine brukere.

Datatilsynet håndhever personvernloven ved å ilagge overtredelsesgebyr til de som ikke holder seg innenfor loven. Så langt virker det kun å være mer alvorlige brudd som straffes. For eksempel ble Bergen kommune ilagt bot på tre millioner kroner for å ikke tilstrekkelig sikre personopplysninger i kommunikasjonssystem mellom skole og hjem (Datatilsynet, 2020). Statens Vegvesen fikk bot på fire millioner kroner for å lagre personopplysninger lengre enn nødvendig for formålet de ble samlet inn for (Datatilsynet, 2020). Å ta alle som overtrer personvernloven er nok en umulig oppgave. Men et kontrollorgan som overvåker private og offentlige virksomheters personvernpraksiser, og som kan kreve innsyn i databehandlingen ved mistanke om lovbrudd, kunne gjort loven mer håndhevbar.

Det finnes andre måter å kommunisere ønsket adferd ut til databehandlere uten straff. For eksempel ved å gi insentiver til gode personvernpraksiser. Det har tidligere vært arrangert konkurranser hvor man kåret vinner av «beste innebygd personvern i praksis» (Datatilsynet, 2019). Premiering av ønsket adferd er et insentiv, men langt i fra alle vil nok strekke seg etter å vinne priser for sine personvernpraksiser. En annen måte kunne være en ordning hvor man sertifiserer eller tildeler databehandlere som har designet gode personvernløsninger et merke tilsvarende nøkkelhullsordningen eller lignende. De kunne så fått tillatelse til å fronte merket i sine tjenester for å vise at tjenestens databehandling er vurdert og godkjent av et uavhengig/statlig organ som Datatilsynet eller Forbrukertilsynet. Et merke på nettsiden ville kunne kommunisere ut til brukerne at nettsiden er til å stole på. Kanskje en slik ordning kan være med å skape større konkurransefortrinn for ansvarlige databehandlere og på den måten øke motivasjonen for å ivareta brukeres personvern? Om man tar det enda et steg lenger kunne man innført en ordning tilsvarende Mattilsynets Smilefjesordning. Istedenfor å informere forbrukerne om hygieniske forhold på serveringssteder, kunne man informert om nettsteders personvernpraksiser. Smilefjesordningen fungerer ved at restauranter og kafeer tildeles

«smilefjes, strekmunn og sur munn» etter tilsyn (Mattilsynet, 2019). Siden offentliggjøres resultatene og kan brukes fritt av alle som måtte ønske.

En måte å gjennomføre dette på kunne vært å utarbeide en veileder med en samling beste-praksiser for design av samtykkeløsninger i digitale tjenester. Produksjon av veiledere virker å være en populær måte for offentlige organer å kommunisere ønsket adferd ut til bedrifter og institusjoner. Veilederen kunne supplert Datatilsynets generelle hjelpesider for samtykke og fokusert på databehandling på nettsider. På sikt kunne man også utarbeidet beste-praksiser for databehandling i mobilapplikasjoner, intranett og andre typer digitale systemer. En slik samling beste-praksiser vil kunne komme alle som skal designe samtykkeløsninger i fremtiden til gode.

5.1 Fremtidig arbeid

Hvis man skal utarbeide en samling beste-praksiser for design av samtykkeløsninger, vil det være essensielt å lære mer om av hva som får brukerne til å gjøre som de gjør. Det vil være nødvendig å gjøre mer omfattende tester og undersøkelser av brukerbehov for å legge til grunn for beste-praksisene. Det kan bygges videre på funnene gjort i denne oppgaven. For å unngå at folk krysser ut eller godtar samtykkeforespørsler uten å ta stilling til dem, vil det være nødvendig å undersøke nærmere hva som forårsaker dette. At det er for mye informasjon å sette seg inn i er en viktig årsak, men det kan også være andre avgjørende faktorer som bidrar til dette. Man bør se om det finnes en balansegang mellom hvor mye informasjon som er tilstrekkelig før man kan gjøre et informert valg, og hvor går grensen før det føles overveldende igjen. Man burde også finne en effektiv måte for å samle innstillinger på og kanskje se på mulighetene for å standardisere dette slik at nettstedenes samtykkeløsninger ligner mer på hverandre.

5.2 Konklusjon

Det er et stort personvernproblem at så mange velger å la være å ta stilling til samtykkeforespørsler og innstillinger. Funnene gjort i denne masteroppgaven indikerer at det ikke bare skyldes at brukerne tar for lett på saken, men heller at det er problemer med måten samtykkeløsninger designes på. Mange virker å bry seg om eget personvern og ville nok tatt mer kontroll om det var lettere å gjøre samtykkeinnstillinger. Sånn sett er ignorering av samtykkeforespørsler mer et symptom på underliggende problemer. En hovedårsak er mengden informasjon man må sette seg inn i, før man kan ta stilling til samtykkeforespørsler og gjøre endringer. I evalueringen av nettstedenes samtykkeløsninger ble det gjort flere funn som hindret, heller enn å bidra til, at brukere kunne kontrollere hvilke opplysninger de ville dele. Spesielt stort var forbedringspotensialet når det gjaldt tilgjengeligheten til samtykkeinnstillinger. Innstillingene er eneste mulighet brukere har til å velge hvilke opplysninger de vil dele. Flere av utfordringene kan løses eller gjøres bedre gjennom bedre design. Samtidig er personvern i sin helhet komplisert av natur og noe som omfatter både juss, teknologi, etikk, psykologi, sosiologi og utdanning, i tillegg til design. Databehandlende virksomheter trenger nok enda strengere føringer og sterkere insentiver til å utforme mer brukervennlige løsninger. Trolig vil dette være nødvendig før brukerne får full

kontroll over hvilke personopplysninger de ønsker å dele. Dermed gjenstår det en del før intensjonene i personvernforordningen er oppfylt.

Referanser

Carlsen, H. (2018) Mandag får 87 millioner Facebook-brukere en dårlig nyhet, NRK.no. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/urix/mandag-far-87-millioner-facebook-brukere-en-darlig-nyhet-1.13996490>. (Hentet: 10 april 2020).

Cavoukian, Ann (2011) Privacy by Design – The 7 Foundational Principles – Implementation and Mapping for Fair Information Practices. PDF tilgjengelig fra: <https://www.ipc.on.ca/wp-content/uploads/Resources/pbd-implement-7found-principles.pdf> (Hentet: 10 februar 2020).

Datatilsynet (2019) Behandlingsgrunnlag. Tilgjengelig fra: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/behandlingsgrunnlag/veileder-om-behandlingsgrunnlag/?id=176> (Hentet: 2 mars 2020).

Datatilsynet (2019) Hva er personvern? Tilgjengelig fra: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/hva-er-personvern/> (Hentet: 27 februar 2020).

Datatilsynet (2019) Informasjon og åpenhet. Tilgjengelig fra: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/gi-informasjon/> (Hentet: 27 februar 2020).

Datatilsynet (2019) Personvernprinsippene. Tilgjengelig fra: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/personvernprinsippene/> (Hentet: 27 februar 2020).

Datatilsynet (2019) Microdata.no vant pris. Tilgjengelig fra: <https://www.datatilsynet.no/aktuelt/aktuelle-nyheter-20192/microdata.no-vant-pris/> (Hentet: 14 mai 2020).

Datatilsynet (2020) Varsel om overtredelsesgebyr til Bergen kommune. Tilgjengelig fra: <https://www.datatilsynet.no/aktuelt/aktuelle-nyheter-2020/varsel-om-overtredelsesgebyr-til-bergen-kommune/>. (Hentet: 14 mai 2020).

De Souza, P. C. og Maciel, C. (2015) Legal Issues and User Experience in Ubiquitous Systems from a Privacy Perspective, i Tryfonas, T., og Askoxylakis, I. (red.) Human Aspects of Information Security, Privacy and Trust. Springer International Publishing, Cham, pp. 449-460. Tilgjengelig fra: https://doi.org/10.1007/978-3-319-20376-8_40.

Europakommisjonen (2020) REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). Tilgjengelig fra: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2016.119.01.0001.01.ENG&toc=OJ%3AL%3A2016%3A119%3ATOC. (Hentet: 23 mars 2020).

Europarådet (2015) Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation). PDF tilgjengelig fra: <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9565-2015-INIT/en/pdf>. (Hentet: 23 mars 2020).

Furuly, T., Lied, H. og Gundersen M. (2020) Avslørt av mobilen, NRK.no. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/norge/xl/avslort-av-mobilen-1.14911685>. (Hentet: 9 mai 2020)

Johansen, E. N., Bergit, S. S. og Aarekol, S. (2018) Datainnbrot hos Bergen kommune – fryktar at personinfo til 35.000 er spreidd, NRK.no. Tilgjengelig fra: https://www.nrk.no/vestland/datainnbrot-hos-bergen-kommune_-_fryktar-at-personinfo-til-35.000-er-spreidd-1.14167337. (Hentet: 10. april 2020).

Kolseth, H. I. M., Tomter, L. og Gundersen, M. (2020) Datatilsynet opnar gransking etter mobilsporing, NRK.no. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/norge/datatilsynet-opnar-gransking-etter-nrk-avsloring-1.15011535> (Hentet: 11. mai 2020).

Lazar, J., Feng, J. og Hochheiser, H. (2010) Research Methods in Human-Computer Interaction, 1. utg. Wiley.

Leedy, P. D. og Ormrod J. E. (2015) Practical Research: Planning and Design. 11. utg. Pearson Higher Education.

Lied, H., Skille, Ø. B., Jansson, H. K., Gundersen, M. og Furuly, T. (2020) 8300 mobiler sporet på sykehus og krisesentre, NRK.no, Tilgjengelig fra: https://www.nrk.no/norge/mobilsporing_-8300-mobiler-sporet-pa-sykehus-og-krisesentre-1.15008085 (Hentet: 13. mai 2020).

Lygre, E., T. (2020) - Man har bygd et system som manipulerer deg på måter vi ikke forstår, Digi.no. Tilgjengelig fra: <https://www.digi.no/artikler/man-har-bygd-et-system-som-manipulerer-deg-pa-mater-vi-ikke-forstar/485449?key=vV0rVhLK> (Hentet: 30 mars 2020).

Mattilsynet (2019) Smilefjes på kafeer og restauranter. Tilgjengelig fra: https://www.mattilsynet.no/mat_og_vann/matservering/smilefjes/ (Hentet: 04. mai 2020).

Official Journal of the European Union (2016) REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). PDF tilgjengelig fra: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>.

Personopplysningsloven (2018) Lov om behandling av personopplysninger. Tilgjengelig fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-38> (Hentet: 21. februar 2020).

Skille, Ø. B. og Gundersen, M. (2020) Hundrevis av it-eksperter fra hele verden ut mot sporingsapper som norske Smittestopp, NRK.no. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/norge/hundrevis-av-it-eksperter-fra-hele-verden-ut-mot-sporingsapper-som-norske-smittestopp-1.14988352>. (Hentet: 21. april 2020).

Tømmernes, T. (2017) GDPR styrker rettighetene til mannen i gata, men hva er egentlig GDPR? Digi.no. Tilgjengelig fra: <https://www.digi.no/artikler/kronikk-gdpr-styrker-rettighetene-til-mannen-i-gata-men-hva-er-egentlig-gdpr/387839> (Hentet 5 mai 2020).

Vedlegg

Vedlegg 1: Spørreundersøkelse

Spørreundersøkelse om personvern, personopplysninger, samtykkefore-spørsler

Jeg er en student ved NTNU Gjøvik som i forbindelse med min masteroppgave ved Institutt for design gjennomfører en spørreundersøkelse om personvern, personopplysninger og samtykkefore-spørsler. I denne undersøkelsen ønsker jeg å finne ut om ditt forhold og dine tanker rundt innsamling og behandling av personopplysninger.

Svaret ditt vil være helt anonymt. Resultatene vil muligens gjøres tilgjengelig etter at prosjektet er ferdigstilt, men dataene vil altså være anonymisert slik at ingen kan se hva akkurat du har svart. Undersøkelsen tar ca. 3-5 min å gjennomføre.

Takk for at du tar deg tid til å besvare. Har du spørsmål må du gjerne kontakte meg på espen-sir@stud.ntnu.no

Først litt om innsamling av personopplysninger

De fleste nettsider og apper samler inn og lagrer ulik informasjon om brukerne sine av forskjellige grunner. Dette kan være navn, alder, lokasjonsdata, tidspunkt for bruk og internettaktivitet som f.eks. søke- og nettleserhistorikk. Informasjon om hvilke knapper man trykker på eller hvilke personer i kontaktlisten man prater med kan også lagres.

Innsamling og lagring av slike opplysninger har i hovedsak tre formål:

1. **Personlig tilpasning** av tjenesten eller nettsiden ved for eksempel å huske innloggingsdetaljer, hvilke varer man har sett på eller lagt i handlekurven i en nettbutikk eller innstillinger gjort ved tidligere besøk.
2. **Forbedre tjenesten** ved å lære mer om brukerne sine. Typisk gjøres dette ved å analysere bruksmønstre eller ved se på informasjon som alder, lokasjonsdata eller hvilke andre nettsteder eller apper som brukes.
3. Tilrettelegge for at **annonsører** selv kan samle informasjonen slik at de kan tilby **målrettet reklame**, for eksempel basert på brukerens interesser, alder eller lokasjon.

For å ha lov til å samle inn og behandle dine personopplysninger må tjenestene du bruker først hente inn ditt samtykke. Under ser du noen eksempler på hvordan nettsteder spør etter ditt samtykke.



Schibsted

Dine data, dine valg

Hei! FINN er en del av Schibsted Norge. Både FINN og Schibsted Norge behandler data om deg for å gi deg best mulige tjenester.

FINN bruker personlig informasjon og data for å:

- gi deg relevante anbefalinger og tips
- sørge for at tjenesten FINN fungerer så bra som mulig
- sikre at FINN er en trygg plass å handle på

Schibsted bruker personlig informasjon og data for å:

- levere deg relevant reklame
- logge inn på flere Schibsted-tjenester med samme konto

Vis meg mer

Jeg forstår

Dine data, dine valg

VG er en del av Schibsted Norge, som er ansvarlig for dine data. Vi bryr oss om ditt personvern. Vi bruker dine data til å forbedre og tilpasse tjenestene, tilbudene og annonsene du ser og bruker.

[Vis meg mer](#)

JEG FORSTÅR

Vi bryr oss om ditt personvern

Dagbladet er en del av Aller Media, som er ansvarlig for dine data. Vi bruker dataene til å forbedre og tilpasse tjenestene, tilbudene og annonsene våre.

Les mer

Jeg forstår



En personvernpåminnelse fra Google

[MINN MEG PÅ DET SENERE](#)

[SE GJENNOM NÅ](#)

Under følger 11 spørsmål og påstander. Til påstandene velger du grad av enighet du mener passer best.

Jeg vet i stor grad hvilke personopplysninger som samles inn om meg på de fleste nettsider og tjenestene jeg bruker. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Jeg vet i stor grad hva mine personopplysninger brukes til på de fleste nettsidene og tjenestene jeg bruker. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

I møte med samtykkeforespørsler som vist ovenfor, hvor ofte hender det at du ignorerer eller bare klikker «jeg godtar», «jeg forstår» eller krysser ut, uten å ta stilling til hva det innebærer? *

Som oftest

Noen ganger

En sjelden gang

Aldri

Vet ikke

Jeg opplever at slike samtykkeforespørsler forstyrrer meg i å gjøre det jeg egentlig skal. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Det er for mye å sette seg inn i hvis man faktisk skal ta stilling til slike samtykkeforespørsler. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Jeg går inn og ser på personvernsinnstillingene i de nettsidene eller tjenestene jeg bruker hvis jeg lurer på hva de samler inn eller hva de bruker mine opplysninger til. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Jeg har tiltro til at standardinnstillingene for hvilke opplysninger som samles inn om meg de på nettsider og tjenester jeg bruker regelmessig ivaretar mitt personvern. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Jeg har tiltro til at personopplysningene som samles inn om meg blir forsvarlig håndtert av de nettsidene og tjenestene jeg bruker regelmessig *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Jeg bryr meg i liten grad om hvilke personopplysninger som samles inn om meg. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Jeg bryr meg i liten grad om hvilke personopplysninger som samles inn om meg. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Jeg bryr meg i liten grad om hvordan mine personopplysninger blir behandlet. *

Helt enig

Enig

Midt i mellom

Uenig

Helt uenig

Vedlegg 2: Resultat fra spørreundersøkelse

Jeg vet i stor grad hvilke personopplysninger som samles inn om meg på de fleste nettsidene og tjenestene jeg bruker.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helt uenig	6	7.4	7.4	7.4
Uenig	22	27.2	27.2	34.6
Midt i mellom	33	40.7	40.7	75.3
Enig	15	18.5	18.5	93.8
Helt enig	5	6.2	6.2	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Jeg vet i stor grad hva mine personopplysninger brukes til på de fleste nettsidene og tjenestene jeg bruker.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helt uenig	4	4.9	4.9	4.9
Uenig	35	43.2	43.2	48.1
Midt i mellom	18	22.2	22.2	70.4
Enig	17	21.0	21.0	91.4
Helt enig	7	8.6	8.6	100.0
Total	81	100.0	100.0	

I møte med samtykkeforespørsler som vist ovenfor, hvor ofte hender det at du ignorerer eller bare klikker «jeg godtar», «jeg forstår» eller krysser ut, uten å ta stilling til hva det innebærer?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aldri	2	2.5	2.5	2.5
En sjelden gang	8	9.9	9.9	12.3
Noen ganger	21	25.9	25.9	38.3
Som oftest	50	61.7	61.7	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Jeg opplever at slike samtykkeforespørsler forstyrrer meg i å gjøre det jeg egentlig skal.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Uenig	13	16.0	16.0	16.0
Midt i mellom	19	23.5	23.5	39.5
Enig	23	28.4	28.4	67.9
Helt enig	26	32.1	32.1	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Det er for mye å sette seg inn i hvis man faktisk skal ta stilling til slike samtykkeforespørsler.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Uenig	4	4.9	4.9	4.9
Midt i mellom	11	13.6	13.6	18.5
Enig	30	37.0	37.0	55.6
Helt enig	36	44.4	44.4	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Det er vanskelig å finne nødvendig informasjon selv når jeg ønsker å sette meg inn i hva mitt samtykke innebærer.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Uenig	8	9.9	9.9	9.9
Midt i mellom	23	28.4	28.4	38.3
Enig	36	44.4	44.4	82.7
Helt enig	14	17.3	17.3	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Jeg går inn og ser på personvernsinnstillingene i de nettsidene eller tjenestene jeg bruker hvis jeg lurer på hva de samler inn eller hva de bruker mine opplysninger til.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig	12	14.8	14.8	14.8
	Uenig	32	39.5	39.5	54.3
	Midt i mellom	20	24.7	24.7	79.0
	Enig	15	18.5	18.5	97.5
	Helt enig	2	2.5	2.5	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Jeg har tiltro til at standardinnstillingene for hvilke opplysninger som samles inn om meg de på nettsider og tjenester jeg bruker regelmessig ivaretar mitt personvern.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig	1	1.2	1.2	1.2
	Uenig	13	16.0	16.0	17.3
	Midt i mellom	30	37.0	37.0	54.3
	Enig	28	34.6	34.6	88.9
	Helt enig	9	11.1	11.1	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Jeg har tiltro til at personopplysningene som samles inn om meg blir forsvarlig håndtert av de nettsidene og tjenestene jeg bruker regelmessig

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig	4	4.9	4.9	4.9
	Uenig	5	6.2	6.2	11.1
	Midt i mellom	37	45.7	45.7	56.8
	Enig	29	35.8	35.8	92.6
	Helt enig	6	7.4	7.4	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Jeg bryr meg i liten grad om hvilke personopplysninger som samles inn om meg.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helt uenig	14	17.3	17.3	17.3
Uenig	25	30.9	30.9	48.1
Midt i mellom	25	30.9	30.9	79.0
Enig	15	18.5	18.5	97.5
Helt enig	2	2.5	2.5	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Jeg bryr meg i liten grad om hvordan mine personopplysninger blir behandlet.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helt uenig	17	21.0	21.0	21.0
Uenig	41	50.6	50.6	71.6
Midt i mellom	18	22.2	22.2	93.8
Enig	3	3.7	3.7	97.5
Helt enig	2	2.5	2.5	100.0
Total	81	100.0	100.0	