

C/D-UPPSATS

STOREBROR SER DIG!

Kartläggning av den personliga integriteten

Håkan Berglund, Roberth Sjödin

C/D-uppsats

Institutionen för Arbetsvetenskap
Avdelningen för Teknisk Psykologi

Förord

Ett år har gått sedan vi sadlade apostlahästarna och begav oss ut i den personliga integritetens förlovande land. Nu när uppsatsen har blivit tryckt känner vi oss både stolta och nöjda samtidigt som en sorts tomhetskänsla infinner sig. Det är trots allt svårt att lämna ifrån sig skötebarnet som influerat våra liv under så lång tid. Den personliga sfären är något vi måste värna om. Vi måste alla ta ståndpunkt till vart vi vill dra gränsen för den personliga integriteten.

Vi vill nu ta chansen och tacka de personer som har hjälpt oss att ro detta projekt i hamn. Framförallt vill vi tacka dig Lennart Sandberg för den utmärkta handledning som du givit oss. Du har hela tiden brunnit för detta ämne och din entusiasm har smittat av sig. Detta innebär att vår motivation under resans gång varit hög. Det var ett sant nöje att ha dig som handledare. Vi vill även tacka de personer som har kommit med värdefull feedback på vår C/D uppsats. Här vill vi framförallt framhäva Annika Johansson som kommit med ovärderlig hjälp. Vi vill även tacka Tommy Nordmark som fick fungera som ett bollplank. Slutligen vill vi tacka våra opponenter Rebecca Axelsson och Erica Lundin för en väl genomförd opponering.

Hoppas att Ni som läser denna uppsats finner den intressant och givande.

Håkan Berglund och Roberth Sjödin 2004-02-01

Abstract

Privacy is an important issue in today's society. One of the reasons is that modern technology makes it possible to retrieve and process more detailed, personal, information than before. The purpose of this research was to map how individuals comprehend their privacy. What service and/or technology are considered acceptable or unacceptable to the individual? Where do people draw the line concerning privacy? Two different surveys were presented on "platform Botnia" at two different occasions. These took into consideration surveillance which; Internet, mobile positioning, smart cards and video surveillance, are capable of. The respondents had a positive attitude towards types of surveillance, which was directed at protecting individuals, giving an increased feeling of safety. But when this surveillance was used in controlling people/situations; such as at the workplace, people felt violated. This study shows some deciding factors in where people draw the line. For example; the advantage of the provided service, control, agreeability, and types of information are collected and how personal it is. The respondents thought that the information, which is collected through the Internet, was a violation of their privacy. On the other hand, they were more divided in their opinions concerning information gathered through smart cards. The respondents didn't generally think that information gathered through mobile positioning was a privacy violation. In general, the respondents trusted their family the most and commercial organisations the least, when taking into consideration which one of them should have access to and/or are capable of misusing personal information.

Keywords: privacy, mobile positioning, Internet, smart cards.

Abstrakt

Personlig integritet är ett viktigt begrepp i dagens samhälle. En orsak till detta är att tekniken möjliggör insamlande och bearbetning av allt mer påträngande och detaljrik information om den enskilda individen. Syftet med forskningen var att kartlägga den enskilda individens uppfattning om sin personliga integritet. Vilken tjänst/teknik är acceptabel och vilken är alltför kränkande ur individens perspektiv? Var drar de gränsen för sin personliga integritet? Två enkäter lades ut på testplats Botnia vid olika tidpunkter. Den teknik som berördes i undersökningen var Internet, mobil positionering, kundkort samt olika former av kameraövervakning. Respondenterna var positivt inställda till övervakning som hade till syfte att skydda individen och ge en upplevd trygghetskänsla t.ex. positionering vid nödsituationer. Då denna övervakning övergår till att kontrollera människor t.ex. kameror som övervakar personer med senildemens dygnet runt eller övervakning på arbetsplatser blir det integritetskränkande. Denna undersökning har påvisat ett antal faktorer som kan vara avgörande för var individer drar gränsen för sin personliga integritet. Exempel på dessa är; nyttan med tjänsten, upplevd kontroll, samtycke och vilken typ av information som samlas in om dem samt hur personlig denna är. Respondenterna ansåg att informationen som samlas in via Internet var integritetskränkande däremot var de mer splittrade angående om informationen som samlades in via kundkort. Respondenterna tyckte i det stora hela inte att informationsinsamlandet via positionering var integritetskränkande. Generellt sett litade respondenterna mest på sin familj och minst på kommersiella organisationer med avseende på vilken aktör som ska ha tillgång till/kan missbruka informationen om dem.

Nyckelord: personlig integritet, mobil positionering, Internet, kundkort.

Innehållsförteckning

1. Inledning	2
1.1 Problemområde	4
1.2 Syfte	4
1.3 Frågeställningar	4
1.4 Avgränsningar	4
1.5 Definitioner	5
1.6 Den rättsliga utvecklingen	7
1.7 Information om testplats Botnia	8
1.8 Beskrivning av den aktuella tekniken	8
1.9 Teoretiskt ramverk	12
2. Metod	18
2.1 Mätinstrument	18
2.2 Urvalspersoner	18
2.3 Procedur	19
2.4 Databearbetning.....	19
3. Resultat	20
3.1 Bakgrundsinformation	20
3.2 Internet	20
3.3 Positionering.....	26
3.4 Kundkort	31
3.5 Scenarios angående övervakning från enkät A.....	36
3.6 Tillgång/missbruk av tekniken	41
4. Analys	48
4.1 Gränsdragning av den personliga integriteten	48
4.2 Vilka aktörer ska ha tillgång till/kan missbruka tekniken?.....	52
4.3 Signifikanta skillnader mellan köns- och åldersgrupperna.....	53
4.4 Slutdiskussion.....	55
4.5 Kritisk granskning av rapporten	59
4.6 Fortsatt forskning	62
Referenser	

Bilagor

- Bilaga 1 Enkät A
- Bilaga 2 Enkät B
- Bilaga 3 Resultat
- Bilaga 4 Öppna frågor

1. Inledning

”Varje medborgare, eller åtminstone varje medborgare som var värd att bevaka, kunde man nu hålla under polisens ögon och inom hörhåll för officiell propaganda tjugofyra timmar av dygnet, medan alla andra kommunikationskanaler var stängda. Möjligheten att genomföra inte bara total lydriad inför statens vilja utan även total likriktning av alla åsikter existerade nu för första gången”.¹

Detta är ett citat från George Orwells framtidsroman 1984 som skrevs 1949. Han myntade begreppet ”Storebror ser dig” som i praktiken innebar att staten hade möjlighet att övervaka och kontrollera sina medborgares tankar och aktiviteter. I dagens IT samhälle verkar det vara större risk än någonsin att Storebror ser oss.

Det finns en koppling mellan Orwells ’Storebror’ och filosofen Hobbes ’Leviathan’. Begreppet Leviathan ”var en sorts konstgjord människa, större och starkare än den naturliga människan, uppbyggd av de olika individer som troget fullgjorde sina olika funktioner i statskroppen”. Människan fick helt enkelt offra sin frihet för att erhålla säkerhet. Trygghet var någonting som personen inte fick gratis, denna kunde endast köpas genom att denne ”gav upp sina rättigheter och överlämnade dem till suveränen”.²

Storebrorsproblematiken aktualiserar den personliga integriteten hos den enskilda individen och hotet mot denna genom den framväxande teknologin. Men vad är egentligen personlig integritet? Begreppet personlig integritet är svårt att definiera. Det finns tre orsaker till detta enligt Peter Siepel. 1) Det rör sig om personers subjektiva upplevelse av obehag, maktlöshet. 2) Lagstiftningen bör fungera som en ramlag men samtidigt krävs det tolkningar i enskilda fall. 3) Vad som räknas som intrång i den personliga integriteten avgörs genom olika grupper attityder och politiska värderingar.³

Anders R Olsson är en välkänd debattör angående personlig integritet och dess koppling till tekniken. Han framhäver hur viktigt det är att värna om och belysa individers personliga sfär. I boken *Privatliv och Internet* skriver Olsson; ”Att ämnet ’personlig integritet’ är mångfacetterat, ideologiskt kontroversiellt och tidvis tekniskt komplicerat får inte lura oss till passivitet. Att ha/värna sin integritet är ett grundläggande mänskligt behov – ett av flera – och medvetenheten om detta borde genomsyra såväl politiken som all annan samhällsrelaterad verksamhet. Vi kan lika lite avstå från att diskutera och agera i frågor om integritet som vi kan göra det i frågor om ’frihet’ eller ’demokrati’ ”.⁴

Ny kunskap och ny teknologi tycks påverka gemene mans vardagliga liv med en ständigt accelererande kraft. Det är ingen överraskning att vårt samhälle och politiska institutioner försöker använda tekniken på ett så effektivt sätt som möjligt och på samma gång försöka förhindra att den missbrukas.⁵ Integritetsfrågor tycks nuförtiden bli allt mer aktuell på grund av det framväxande informationssamhället. Under 1980-talet debatterades ofta hotet mot den personliga integriteten. Men det paradoxala är att i dagens tekniska samhälle finns inte samma debatt trots att faran mot den personliga integriteten är mer aktuell än någonsin.⁶ Författaren Anders R Olsson hävdar att risken att individers integritet ska utsättas för obehag eller negativa

¹ Orwell, G. (1949)

² Lewin, L. (1998)

³ Siepel, P. (1997)

⁴ Olsson, A. (2000)

⁵ Westin, A. (1967)

⁶ SvD (2000-03-16)

konsekvenser är överhängande. Trots detta verkar det vara få som drabbas av kränkningar eller så är integritetsöverträdelser svåra att upptäcka. Det finns dock personer som borde uppmärksamma och driva integritetsfrågor som t.ex. journalister, politiker och forskare, men dessa har ofta problem att följa med i den informationstekniska utvecklingen. Då användandet av Internet drastiskt har ökat den senaste tiden blir den bristfälliga folkbildningen, forskningen, och debatten i frågor rörande integritet allt mer besvärande.⁷ Vissa frågor aktualiseras väldigt sällan som t.ex. för vem kommer teknologin att ge större makt och frihet? För vem kommer makten och friheten att minska?⁸ Tekniken har ofta både positiva och negativa sidor. Då nya tekniska system utvecklas för ett "behjärtansvärt" syfte kan det dock uppstå oplanerade följder som aktualiserar storebrorsproblematiken. Ett exempel är övervakningskameror som får en dubbel funktion; dels är den trygghetskapande men också integritetskränkande. Skulle man för 20 år sedan ha frågat gemene man om de skulle kunna acceptera att bära omkring en apparat som gör det möjligt att för andra individer att spåra deras geografiska rörelser skulle de troligtvis ha svarat med ett bestämt nej. Idag äger de flesta en mobiltelefon som går att positionera geografiskt. Fördelen med denna är en ökad kommunikationsmöjlighet och detta kan uppväga den eventuella kränkningen av den personliga integriteten. "Ny teknik är sällan bara nyttig eller bara hotande."⁹

Ur ett företags synvinkel är det betydelsefullt att förstå vilka faktorer som är viktiga då teknologin och dess tjänster designas. Framförallt ska företagen kunna möta behoven och önskemålen från dem som ska använda teknologin. Idag så får konsumenterna ofta tillgång till färdiga produkter och tjänster. Det är betydelsefullt att användarna involveras tidigt i utvecklingsprocessen eftersom det är då som de kan ge vital och användbar information. Sådant samarbete är nödvändigt om företag ska kunna designa lösningar som kommer att vinna en större acceptans hos konsumenterna. De är en viktig strategisk resurs för företagen om de tillåts vara aktiva i utvecklingsfasen och inte endast förväntas ta till sig vad som helst som företagen skapar för dem.¹⁰

Enligt professor Stig Strömholm finns det tre olika typer av kränkningar av den personliga integriteten. 1) "Intrång vare sig fysisk eller annan mening i en privatpersons privata sfär. 2) Insamlande av uppgifter om en persons privata förhållanden. 3) Offentliggörande eller annat utnyttjande av material om en persons privata förhållanden".¹¹ Var och en av oss reagerar olika vid kränkning av vår integritet, vi anpassar vårt beteende beroende på vår relation till andra. Alla har vi en egen integritetsstege som börjar med våra närmaste relationer och går därefter neråt i fallande ordning i grad av förtrolighet. För några kan integritetsstegen se ut så här; partner, bröder och systrar, föräldrar, barn, vänner, ingifta i slakten, medarbetare, grannar, kommersiella organisationer, arbetsgivare, myndigheter, media, potentiella fiender/ovänner. Vår vilja att dela med oss av personlig information minskar ju längre ner på stegen vi kommer.¹²

Olsson sammanfattar integritetsproblematiken på ett tänkvärt sätt; "Att vi nu tycks stå inför så stora och svårlösta integritetsproblem beror delvis på att hela institutioner, lagkomplex och tekniska infrastruktur hinner byggas upp innan någon på allvar reflekterar djupare över konsekvenserna för den personliga integriteten".¹³

⁷ Olsson, A. (2000)

⁸ Postman, N. (1993)

⁹ Olsson, A. (2000)

¹⁰ Carrell, C. (2001)

¹¹ Strömholm, S. (1971)

¹² Sykes, C. (1999)

¹³ Olsson, A. (2000)

1.1 Problemområde

Det som är av intresse i denna undersökning är begreppet personlig integritet. Fokuseringen ligger på kopplingen mellan den enskilda individen och dennes personliga integritet i det moderna teknologiska samhället. Ett problem med personlig integritet kontra teknik är att människor kanske inte har kunskap om vilka effekter denna teknik kan ha för individen. Om en viss tjänst finns tillgänglig men gemene man inte är informerad om en viss bieffekt av denna kan detta bli ett problem ur integritetssynpunkt för individen då/om denne får kännedom om detta. Det är viktigt att försöka kartlägga vilka attityder människor har angående sin personliga integritet. I detta fall sker en fokusering på tekniska aspekter och deras implikationer på individer. För vissa operatörer skulle det vara givande att få reda på vad personer egentligen anser om specifika tekniska aspekter som är viktig ur integritetshänseende innan dessa implementeras.

I dagens samhälle är det relativt enkelt att genom tekniken få information om andra människors privatliv. Men vem ska egentligen få tillgång till denna? Vem ska ha tillgång till den nya tekniken, är det den enskilda individen, arbetsgivaren, kommersiella organisationer eller myndigheter? Vem ska avgöra ur ett integritetsperspektiv vilken teknik som är acceptabel eller inte? Tekniken med dess funktioner borde inte få kränka individers personliga integritet. Frågan är om den gör det?

1.2 Syfte

Syftet med undersökningen är att kartlägga den enskilda individens uppfattning om sin personliga integritet. Vilken teknik/tjänst är acceptabel och vilken är alltför kränkande ur individens perspektiv? Var drar de gränsen för sin personliga integritet?

1.3 Frågeställningar

- Vem ska få tillgång till individens personliga sfär; gör personer skillnad mellan familj, arbetsgivare, kommersiella organisationer, myndigheter? Vem/vilka av dessa aktörer tror individer kan missbruka denna tillgång?
- Finns det skillnader mellan olika grupper angående deras gränsdragning av sin personliga integritet?
 - Finns det skillnader mellan kvinnor och män?
 - Finns det skillnader mellan unga och äldre?

1.4 Avgränsningar

Integritetsproblemet avgränsas till att omfatta i första hand ett positions- och ett informationsperspektiv. Med positionsperspektivet avses att en specifik persons geografiska position kan fastställas genom mobila tjänster. Med informationsperspektivet avses att personliga uppgifter kan erhållas via Internet och kundkort. Även olika former av övervakning kommer att belysas, exempel på detta är t.ex. övervakningskameror i provhytter eller taxibilar etc.

1.5 Definitioner

Ett antal begrepp som var av vikt för studien behöver definieras. Många begrepp som ingick i denna studie har en teknisk anknytning och för att underlätta för de personer som inte har denna förkunskap finns dessa därför definierade. Dessa kan även underlätta för läsaren att följa med i rapportens innehåll och resonemang.

Attityd

Attityd är ett slags förhållningssätt gentemot ett objekt. Det är en slags värdering av någonting. Attityder är vad vi föredrar eller tar avstånd ifrån, alltså på vilket sätt vi evaluerar vår relation till vår miljö. En attityd är ett förhållningssätt på så sätt att det är en inlärd tendens att tänka på något objekt eller person på ett speciellt sätt.¹⁴

”Med termen attityd avses i modern psykologi en inställning till något...Enligt psykologisk attitydforskning har en attityd tre aspekter

- en *kognitiv* som gäller uppfattandet av ett fenomen
- en *emotionell* som gäller den känslomässiga reaktionen på det
- och en *konativ* aspekt som gäller strävan eller handlingsinriktning

Attityder ses sålunda som ställningstaganden som bildas efterhand som vi drar slutsatser om olika företeasers beskaffenhet och deras betydelse för anpassningen till vår omvärld.”¹⁵

Beteende

”1. Individens yttre rörelser, mimik, gester, skrik, skratt, verbala beteenden osv. som reaktioner på inre och yttre stimuli.

2. Samma som enligt 1 men med tillägg för känslor, motiv och tankar som är reaktioner på yttre och inre stimuli.

3. Allt som är föremål för psykologisk studium.”¹⁶

Integritet

”Helt, ej skadat tillstånd. Att respektera andras integritet innebär sålunda att man inte bryter igenom och ’skadar’ den skyddsmur som människor normalt omger sig med för att försvara det intima och privata mot otillbörlig insyn och ingrepp av olika slag.”¹⁷

Personlig integritet

”Personlig integritet står för rätten att ha en mental (abstrakt) individuellt avgränsad sfär som är (skall vara) skyddad från intrång och insyn.”¹⁸

Privacy

”More specifically, privacy is defined as a state or condition in which the individual has the capacity to (a) control the release and possible subsequent dissemination of information about him or herself, (b) regulate both the amount and nature of social interaction, (c) exclude or isolate him or herself from unwanted (auditory, visual etc.) stimuli in an environment, and, as a consequence, can (d) behave autonomously (i.e., free from control of others).”¹⁹

¹⁴ Zimbardo, P. (1991)

¹⁵ Egidius, H. (2002)

¹⁶ Egidius, H. (2002)

¹⁷ Egidius, H. (2002)

¹⁸ Nek, L. (1997)

¹⁹ Stone, E. (1990b)

“Privacy is the claim of individuals, groups, or institutions to determine for themselves when, how, and to what extent information about them is communicated to others...no definition of privacy is possible, because privacy issues are fundamentally matters of values, interests, and power”.²⁰

Privacy kontra integritet

”The Swedish language does not have a word for privacy but refers instead to “integritet”, which sometimes, translated as personal integrity.”²¹

Integrity kontra integritet

En skillnad när det gäller förklaringar av det svenska ordet ”integritet” och det engelska ordet ”integrity” är att betydelsen av integritet som ”rätt att ha (visst) eget område som är skyddat mot intrång” som inte finns med i de engelska ordböckerna.²²

Information

Information är relevant data som har processats på ett meningsfullt sätt.²³

Positionering

Positioneringsbaserade tjänster är en teknik som tillåter att information inhämtas om tid och fysisk position på ett visst objekt. Position definieras som att ta reda på och specificera ett visst geografiskt område. Positionering sker via satelliter dvs. genom GPS teknik (GPS- Global Positioning System).²⁴

Early adopters

Personer som har ett genuint teknikintresse och snabbt tar till sig ny teknik.

Internet

Globalt nätverk som sammankopplar datorer så att de kan kommunicera med varandra.²⁵

Webbserver

En värdator med program som gör det möjligt för andra som använder en webbläsare att komma åt viss information som finns lagrad där via Internet. En webbserver kan t.ex. innehålla flera olika sajter.²⁶

Elektroniska spår

Då personer surfar på Internet lämnar de ”elektroniska spår” på varje webbplats de besöker. På webbserverns loggfil lagras användarens Internetadress (IP nummer), vilken typ av dator de har, vilken webbläsare de använder samt vid vilken tidpunkt de besökte webbservern. Dessutom kan man se om vilka sidor på servern som användaren har besökt. Att surfaren lämnar elektroniska spår efter sig har både en positiv och negativ sida. Vetskap om att man kan spåras kan ha en hämmande effekt på ”potentiella missdådare”, men för många kan spåren skapa problem eller obehag.²⁷

²⁰ Westin, A. (1967)

²¹ Flaherty, D. (1989)

²² Andersson, M. (1996)

²³ Clare, C. (1995)

²⁴ Wells, D.(1987)

²⁵ Dix, A. (1995)

²⁶ <http://www.pcfforall.idg.se/tjanster/dataordboken/>

²⁷ Olsson, A. (2000)

Cookies

Cookies är en liten datamängd med information som webbservern kan lagra på användarens hårddisk när denne besöker en webbplats. Webbservern kan läsa av denna cookie och på så sätt kan webbplatsen automatiskt anpassas efter vad användaren gjort där tidigare. Det innebär att den motorintresserade surfaren skulle kunna få reklam för Teknikens värld, Goodyear etc. Cookies används ofta i kommersiella syften.²⁸

Datamining

Datamining är en teknik som används för att utvinna dold eller tidigare okänd information ur stora databaser. Genom detta kan information erhållas om den enskilda individen. Det är därmed möjligt att t.ex. se vad individen köper på Internet. Därmed kan individen placeras i en speciell kategori och prognoser kan göras utifrån detta om hur individen kommer att agera i framtiden, vilka intressen denne har, dennes konsumtionsvanor etc.²⁹

1.6 Den rättsliga utvecklingen

Under mer än 30 år har debatten om hur den personliga integriteten bäst ska värnas pågått. I västvärlden har man försökt lösa problematiken kring hantering av personuppgifter genom generella lagar. I Sverige infördes t.ex. år 1973 Datalagen som hade för avsikt att staten skulle kontrollera dataregistreringen av personuppgifter. År 1995 införde EU:s ministerråd ett direktiv ”om skydd för enskilda personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter”. Denna princip innebär att all behandling av personuppgifter, oberoende av vilken teknik som nyttjas, är otillåten tills de berörda personerna ger sitt samtycke. Det finns dock ett antal undantag som t.ex. att myndigheterna måste kunna sköta sina förpliktelser. Den svenska riksdagen anpassade EU direktiven till en ny lag nämligen personuppgiftslagen (1998). I stort sett är denna en direkt översättning av EU direktiven men med några tillägg. Det största undantaget gäller offentlighetsprincipen, 8 § säger att myndigheter har en skyldighet att lämna ut personuppgifter men enligt 3 § är dock behandlingen av dessa uppgifter förbjuden. Alltså kan medborgarna ta del av uppgifterna som finns hos myndigheterna men de får inte använda dessa på något sätt. Detta innebär i praktiken att medborgarna inte får lagra, bearbeta eller sprida dessa uppgifter. Generella lagar är av flera anledningar besvärliga att tillämpa på ett tillfredsställande sätt, speciellt med avseende på den svenska rättstraditionen.³⁰

Det finns minst tre faktorer som gör lagstiftningen problematisk. För det första så får vissa aktörer som t.ex. polisen, skattemyndigheterna och det privata näringslivet ofta fördelar genom att de undantas från den lagstiftning som ska skydda den enskilda medborgarens integritet. För det andra är den politiska processen både seg och dåligt strukturerad för att hantera denna problematik. För det tredje är det svårt att definiera begreppet integritet och därmed blir det komplicerat att beskriva exakt vad som ska skyddas i lagtexten. Hitintills har lagstiftarna försökt förbjuda all hantering av persondata, med få undantag, men detta har inte varit lyckosamt. Förbudet kommer att gälla ofantliga mängder information om människor samtidigt som det är svårt att upptäcka något egentligt skyddsbehov. Detta kan leda till att respekten för lagrummen riskerar att falla sönder.³¹

År 1999 tog regeringen beslut om att en utredning skulle göras för att stärka skyddet av den enskildes personliga integritet i arbetslivet. Utredningen konstaterade; ”att det inte finns någon samlad reglering till skydd för den personliga integriteten. Inte heller finns det någon

²⁸ Olsson, A. (2000)

²⁹ Olsson, A. (2000)

³⁰ Olsson, A. (2000)

³¹ SvD (2000-03-16)

lagstiftning i detta avseende som har utformats med hänsyn till den tekniska och medicinska utvecklingen.” Utredningen förordar därför en ny lag; LIA – lag om skydd för personlig integritet i arbetslivet.³²

”Enligt den nya lagen om elektronisk kommunikation, som träder i kraft den 25 juli 2003, ska alla som besöker en webbplats informeras om vad cookies används till och ges möjligt att vägra en sådan användning.”³³

1.7 Information om testplats Botnia

Testplats Botnia beskrivs nedan eftersom det var individerna på denna testplats som utgjorde urvalet i undersökningen.

Testplats Botnia är en av landets första och största testplatser för mobila tjänster. Denna testplats är en vidareutveckling av de framgångsrika forskningsprojekten eStreet och Arena, som sedan 1999 har väckt uppmärksamhet både utomlands och i Sverige. Lärdomar som drogs från dessa projekt samt deltagande från ansetta och ledande aktörer har genererat en bas för en testmiljö i Väster- och Norrbotten. Denna testplats ger företagen chansen att testa idéer, tjänster och produkter i en reell miljö.³⁴

I Testplats Botnia kan olika intressenter testa mobila och stationära tjänster, idéer och produkter som rör t.ex. telefoner och datorer. De som registrerar sig kallas för testpiloter och de är anonyma. Dessa individer har en möjlighet att utvärdera olika tjänster och produkter. Detta sker t.ex. genom att de fyller i webbaserade enkäter. De aktiva testpiloterna gynnas av ett bonussystem. Vilket innebär att desto oftare de besöker detta forum och deltar i tester desto fler poäng erhåller de. När testpiloterna uppnått en viss poäng får de värdekuponger som kan användas i olika affärer.³⁵

Testplats Botnia är ett samarbetsprojekt mellan Luleå tekniska universitet, Umeå universitet samt ett antal företag som t.ex. Ericsson, Telia, Frontec, Teracom, Hewlett-Packard och Skeria utveckling.³⁶

1.8 Beskrivning av den aktuella tekniken

Den aktuella tekniken som undersökningen berör kommer att beskrivas nedanför och den baseras på böcker, tidnings- och forskningsartiklar. Begreppsförklaringar på cookies, datamining samt elektroniska spår kan läsas i avsnittet 1.5 Definitioner.

1.8.1 Information via Internet

Den privata sektorn utvecklar ny teknik för att spåra oss, nya myndighetsdatabaser skapas med information om alltifrån nyanställda till flygpasagerare. Dessa hotar att skapa ett sömlöst datanät som suddar ut gränserna mellan myndigheternas övervakning och den kommersiella marknadsföringen. Den moderna teknologin har möjliggjort skapande av omfattande akter som registrerar den enskilda individens vanor och livsstil. Varje gång du söker ett jobb, prenumererar på en tidning, beställer varor från ett postorderföretag, använder ett kreditkort eller telefon, söker kredit, flyger med ett flygplan, löser en försäkring, hyr en lägenhet, kör med bilen, betalar skatt, gifter dig eller skiljer dig, träffar en läkare, använder smarta kort och söker

³² SOU 2002:18

³³ www.riksdagen.se/rdinfo/information.asp

³⁴ www.intime.nu/nyheter_och_media.html

³⁵ www.belanna.frontec.se/doc/about/se

³⁶ www.nyteknik.se/pub/ipsart.asp?art_id=25599

tillstånd från myndigheter blir du en del av datanätet, vilket har blivit mycket mer kraftfullt än pappersspåren i gångna tider.³⁷

Enligt en artikel i Dagens Industri går det att köpa spionprogram som gör det möjligt att övervaka andras aktiviteter på Internet. Ett företag kan t.ex. genom detta få en inblick i vad de anställda gör på Internet. En fördel med detta är att om de anställda har vetskap om spionprogrammet kan det avskräcka dem från att skicka "olämpliga mejl" eller surfa under arbetstid. Detta kan förhindra missbruk samt effektiviteten hos de anställda kan öka. Däremot finns det en negativ aspekt med denna övervakning genom att de anställdas integritet hotas. Det är inte bara arbetsgivare som kan få tillgång till spionprogram även privatpersoner kan köpa detta.³⁸

E-handeln eller den kommersiella verksamheten aktualiserar en rad problem. En trend idag är att företag har ett växande behov av att skaffa sig mer kunskap om sina etablerade och potentiella kunder. Om de etablerade kunderna behöver företagen alltmer individanpassad kunskap. Till de potentiella kunderna krävs att företag kan skicka ut direktadresserad reklam med en ökad precision. Det är en svårighet att fånga konsumentens uppmärksamhet. Företagen vill helst undvika att överösa individer med reklam eftersom dessa troligtvis hamnar i papperskorgen olästa. Företagens strategi går ut på att först kartlägga de mest lovande målgrupperna och därefter koncentrera sina ansträngningar på att nå fram till dessa. Det vill säga om företaget vet hur du tänker och vad du föredrar kan de erbjuda dig saker som anpassade just för din personliga smak. Detta leder till att företagen kan i princip förutse individernas beteende och anpassa sin marknadsföring därefter. Om företagen dessutom lyckas koppla profilen till ditt namn, hemadress, ålder, personliga intressen och kontokortsnummer stiger dess värde markant. Detta förfarande kan dock vara ett problem ur integritetshänseende. Genom e-handel samlar företagen in allt mer omfattande samt intimare information om deras kunder. På detta sätt kan företagen tillfredsställa sina kunders behov på ett bättre sätt. Vissa företag vill t.ex. sälja blöjor till barnfamiljer, motortidningar till den bilintresserade. Dessa förfarande kan bli känsliga t.ex. deodoranttillverkaren vill få reda på vilka som har armsvett eller försäljare av bantningskurer vill nå ut till de överviktiga.³⁹

Kartläggning kan ske bland annat genom cookies. Annonbolagen använder cookies för att skraddarsy den reklam som visas på sajten efter kundens intressen. De menar att surfaren hellre vill se annonser om sådant de är intresserade av än att få en massa ovidkommande annonser. Nästa steg blir att individer registrerar sig som medlemmar på sajten. De lämnar ifrån sig t.ex. namn och e-postadress. Därmed blir profilen som har skapats tidigare genom cookien direkt kopplad till dig personligen. Det existerar två huvudargument som talar mot att privatpersoner anger sina personuppgifter. Dels har individen ingen kontroll på hur dessa uppgifter kommer att användas. Dessa riskeras att säljas vidare, kopieras och nyttjas till marknadsföring av produkter som personen inte har något intresse av. Dels är dessa uppgifter värdefulla för företagen. Får surfaren någonting tillbaka för att denna lämnar ut personliga uppgifter? Som konsument bör man ställa krav på de sajter som samlar in personlig information. Företagen ska kunna redovisa sin integritetspolicy på ett konkret sätt samt att de inte säljer informationen vidare till andra intressenter. Privatpersonen bör alltså kontrollera sajtens integritetspolicy innan denna lämnar ut personlig information.⁴⁰ En viktig roll ur integritetssynpunkt spelar relationen mellan uppfattad kontroll och tillit hos individen i samband vid e-handel med företagen. Medvetenhet hos konsumenten om marknadsvärdet av informationen samt uppfattningen av

³⁷ Sykes, C. (1999)

³⁸ Dagens Industri (2003-03-06)

³⁹ Olsson, A. (2000)

⁴⁰ Internetworld (2/00)

en ökad risk motiverar ett framväxande behov av aktiv kontroll över hanteringen av personlig information eller hur denna information kommer att användas. Kravet på aktiv kontroll indikerar ett behov för ett tillvägagångssätt som möjliggör att konsumenterna kan ta välinformerade beslut i utbytet med företagen samt att de kan erhålla lämpliga belöningar. Genom att ge denna typ av kontroll kan företagen fortfarande etablera en lyckad relation med konsumenten, fast den baseras mer på samarbete och mindre på tillit.⁴¹

Datamining är en teknik som brukas för att erhålla dold eller tidigare okänd information ur stora databaser. Lyckad datamining möjliggör att det går att upptäcka mönster i eller nya samband mellan data. Enligt Cavoukian kan fem olika informationskategorier utvinnas med hjälp av datamining. 1) *Samband mellan enskilda händelser*. En livsmedelsbutik kan upptäcka t.ex. att en kund som köper chips i 65% av fallen också köper Coca Cola, om man inte erbjuder rabatt vid köp av båda varorna – då Coca Cola köps i 85% av fallen. 2) *Samband mellan händelser över tid*. Av de individer som köper ett hus kommer t.ex. 45 % av dem att införskaffa en ny spis inom en månad och 60% av dem att köpa ett nytt kylskåp inom två veckor. 3) *Klassificering/profilering*. Ett företag kan kartlägga t.ex. hur de kunder agerar som de är på väg att förlora, så att särskilda rabatter eller specialerbjudanden kan riktas till just dessa medan tid finns. Därigenom kan företaget också öka sin kännedom om vilka rabatter som ”fungerar” på olika typer av kunder, så att företaget inte slösar mer pengar än nödvändigt för att behålla en kund. 4) *Hopklumpning av data*, att upptäcka samband som ingen vet om därför att ingen letar efter dem. Tekniken kan brukas för att finna så skilda saker som svaga punkter i en tillverkningsprocess eller avgränsade grupper av individer som är speciellt mottagliga för reklambudskap om en ny sorts kreditkort. 5) *Förutsägelser*. Även om de tidigare informationstyperna 1-4 alla kan läggas till grund för förutsägelser, t.ex. huruvida en kund kommer att förlänga ett abonnemang eller inte, avses här förutsägelser av mer specifika art. Det handlar om att förutse, baserat på analyser av bland annat historiska data.⁴²

”Om risken är att polis, skattemyndigheter, kronofogdar eller privata företag drar långtgående slutsatser baserat på ’Datamining’ och som en följd därav utsätter vissa kategorier människor för särskild kontroll – utan annan grund för brottsmisstanke – hur kränkande är det? Om kontrollen ÄR kränkande – är problemet då de väldiga databaserna? Eller de normer som ligger till grund för myndigheternas/företagens agerande?”⁴³

1.8.2 Information via kundkort

Under 1990-talet skedde det en markant ökning av användandet av kundkort. De flesta detaljhandelskedjor har nuförtiden kundkort och oavsett om det är biobiljetter, bensin eller mat som konsumenten handlar så sparas uppgifterna om dem i databaser.⁴⁴ Kortregistrering i miljontals matvaruaffärer, videobutiker och apotek skapar redan idag en flod av datainformation om konsumenterna och deras inköp som sedan kan korreleras. Undersökningar visar att endast en liten del av konsumenterna förstår följderna av detta: att affären nu kan korrelera inköpen i en växande databas för att på så sätt uppfatta köpmönster och därmed förutsäga kunders behov. Köpmännen använder kundkortet för att ”köpa” information som möjliggör att de kan ge en bättre service och därmed konkurrera på ett mer effektivt sätt.⁴⁵ I en artikel i Aftonbladet beskrivs hur ICA registrerar sina kunders inköp genom kundkort. Idag har cirka 3.6 miljoner svenskar ett ICA kort, dessutom har 3.5 miljoner svenskar Konsums Medmera kort. Genom att använda kundkortet erhåller konsumenten bonuspoäng. Medan

⁴¹ Lunt, P. (2002)

⁴² Olsson, A. (2000)

⁴³ Olsson, A. (2000)

⁴⁴ Olsson, A. (2000)

⁴⁵ Brin, D. (1998)

konsumenten får rabatt när de handlar för en viss summa så får handlaren möjlighet att övervaka konsumenten i en utsträckning som få är medveten om. På detta sätt kartlägger ICA sina konsumenter; hur mycket och hur ofta de handlar, vilken typ av varor de köper, vilken eller vilka butiker de besöker, ålder, kön, familjebild och bostadstyp. Anledningen till att konsumenten kartläggs är; 1) För att kunna skicka erbjudanden och information baserad på köpbeteende, behov och livsstil. 2) För att koppla dig till butiker som svarar mot "dina behov". "ICA kan ta reda på om du haft en tung ekonomisk månad, levt på nudlar i veckorna och dränkt sorgerna i öl på helgerna."⁴⁶

1.8.3 Mobil positionering

Tjänsten positionering innebär att det finns en möjlighet att via det mobila telefonnätet geografiskt positionera en specifik mobiltelefon. Förflyttar sig en person med sin mobiltelefon påslagen kan dennes geografiska rörelser registreras.⁴⁷ Teknologi som från början designades att hjälpa oss "att nå ut och röra någon" har snabbt blivit teknologi som hjälper andra att nå och spåra någon annan. Globalt positionerade satelliter kan sammanställa detaljerad information om individers rörelser, speciellt om de använder en mobil telefon. En parallellteknologi genom triangulering tillåter lokalisering av mobiltelefonanvändare. Alltså dessa satelliter mäter ankomsttiden för signalerna som fångas upp av nätverks antenner på olika ställen.⁴⁸

Information om användaren kan räknas som känslig om den kan användas för att inkräkta på individens personliga integritet. En individ som endast positioneras vid ett enstaka tillfälle är risken för kränkning av individens sfär inte lika överhängande som om detta sker kontinuerligt och data om denne sparas. Synnes mfl. har skapat en plattform som kallas Alipes. Denna gör det lättare att skapa positionsbaserade tjänster samtidigt som användaren kan bibehålla sin personliga integritet. Användaren ska fullt ut kunna kontrollera och begränsa informationsflödet angående sin privata sfär. Plattformen har regler som möjliggör för användaren att styra hur och under vilka omständigheter som dennes personliga sfär får distribueras till andra användare. De ska själva kunna avgöra vem som kan få tillgång till dennes position och när detta ska ske. Användaren ska kunna stänga av tjänsten positionering när så önskas t.ex. att tjänsten endast får vara i bruk under arbetstid. Individerna måste under alla omständigheter få information om att denna positioneras.⁴⁹

Sedan flera år har vissa bilförare gömt primitiva radiospårande enheter i deras bilar som kan börja sända om bilen blir stulen. Denna utrustning har inneburit att bilar har återfunnits. Nyare versioner kan lokalisera sig själva genom GPS signaler och t.o.m. ringa hem till bilägarens mobiltelefon. Med spridningen av högtekniska vägtullar har många fordon små sändare som låter "smarta motorvägar" logga varje förarens position, omdirigera trafiken, minska trafikstockning samt sända bilföraren en tullavgift automatiskt utan att denna behöver stanna vid vägtullen. Det betyder också att någonstans finns det datorer som registrerar vilka vägsträckor som föraren färdas på samt vid vilka tidpunkter detta sker. Integritetsföreskydd är oroliga för hur denna information i framtiden kan samlas in, korreleras och möjligtvis användas för att övervaka specifika individer.⁵⁰ Intelligent transport system (ITS) vilket inkluderar automatiska tullregistreringsenheter och andra trafikhanteringsteknologier ger alltså myndigheter och andra makten eller möjligheten att kontinuerligt spåra vem som helst som förflyttar sig.⁵¹

⁴⁶ Aftonbladet (2003-03-17)

⁴⁷ Sandberg, L. (2001)

⁴⁸ Sykes, C. (1999)

⁴⁹ Synnes, K. (2002)

⁵⁰ Brin, D. (1998)

⁵¹ Sykes, C. (1999)

1.8.4 Övervakning

I artikeln *Kameran och integriteten* diskuteras fördelar kontra nackdelar med kameraövervakning av offentliga platser. Fördelar med kameraövervakning av t.ex. museer är att det kan förhindra att tavlor förstörs eller stjäls. Detta anser vissa väga tyngre än den eventuella kränkningen av den personliga integriteten. Det som talar mot övervakningen är att denna kan hämma individers privata sfär genom att personer blir filmade då de t.ex. snyter sig, petar sig i näsan eller helt enkelt syns tillsammans med 'fel person'. Går individen och handlar i en butik så kanske det inte gör så mycket att de blir filmade. Däremot när personer besöker ett museum, café eller en restaurang så gör de detta för att roa sig eller ta det lugnt och uppleva någonting. Därför bör en viss försiktig tas i beaktning då dessa platser övervakas. Ett annat problem är att det inspelade materialet kan vara svårkontrollerat. En risk med kameraövervakning är att den används slentrianmässigt. Det kan hända att någon skaffar sig ett övervakningssystem innan de har ansträngt sig för att öka säkerheten på andra sätt. Lagen säger dock att kameraövervakning ska ske i sista hand.⁵²

I otaliga kontor kan arbetsgivaren övervaka de anställdas telefonsamtal, fånga upp deras mejl samt hämta upp filer som har kastats i papperskorgen utan deras kunskap. Kontorsanställda övervakas av flitiga program som räknar antalet tangentnedtryckningar de utför per minut och registrera hur långa kafferaster de tar på sekunder.⁵³

Galletas och Grants forskade kring sambandet mellan övervakning och stress på arbetsplatser och fann endast ett svagt samband. Övervakning kan inte ensamt förklara stress på arbetsplatser.⁵⁴

Enligt en forskningsartikel av Stanton och Weiss så kan övervakning ge positiva effekter. Till exempel kan chefen göra en mer rättvis bedömning av personalens arbetsinsats, individer ändrar sina oproduktiva beteenden som t.ex. användandet av e-mejl för privata brev, surfande, spelande av dataspel under arbetstid eftersom de var övervakade. Övervakningskameror gav även personalen en ökad säkerhetskänsla. De anställdas attityd till övervakning visade sig delvis vara beroende på vilket sätt den uppsamlade informationen skulle användas av ledningen. Det framkom även att beteendet influerades av vilka möjligheter som fanns för övervakning med kombination av ledningens förväntningar.⁵⁵

1.9 Teoretiskt ramverk

1.9.1 Styrkan på attityder och hur dessa kan förändras

Attityder ger oss en slags standard på hur vi ska bedöma objekt eller händelser, och attityder som ger struktur i vårt tänkande är speciellt viktigt. Attityder hjälper individer att få en stabilare bild av verkligheten. Det faktum att vi har relativt stabila attityder gör att vi lättare kan kommunicera och förstå varandra. Men vad avgör egentligen styrkan på en attityd och hur kan dessa förändras? Ibland har de en större inverkan på beteendet än andra faktorer, ibland har de en lägre inverkan. Till stor del beror detta på styrkan på eller hur viktig en attityd är. Var och en av oss har ståndpunkter som 'ligger närmare vårt hjärta än andra'. Attityder som är starka blir också svårare att förändra (Petty & Krosnick, 1995). Genom olika tester utförda av bl.a. av David Boninger, 1995, undersöktes skillnaden mellan starka och svaga attityder. De kom fram till att de attityder som respondenter höll starkast fast vid rörde; 1) det som direkt

⁵² Apropå (1/2003)

⁵³ Brin, D. (1988)

⁵⁴ Galleta, D. (2000)

⁵⁵ Stanton, M. (2000)

påverkade/gynnade dem personligen. 2) relaterat till djupt hållna filosofiska, politiska samt religiösa värderingar. 3) var av vikt för deras nära vänner, familj, samt deras sociala "ingroups".⁵⁶ Faktorer som indikerar styrkan hos en attityd och dess länk till beteendet är: 1) människor tenderar att bete sig på ett sätt som är konsistent med deras attityder då de är välinformerade (Davidson, 1985). 2) styrkan på en attityd styrs inte enbart av mängden information den bygger på utan också på hur man först fick tillgång till denna information. Forskning visar att attityder är mer stabila och lättare kan förutsäga beteenden då de formas av direkt personlig erfarenhet än då de är baserat på indirekt andrahandsinformation (Fazio & Zanna, 1981).⁵⁷

Även om attityder är relativt stabila så kan de förändras. Det finns flera olika faktorer som kan leda till en attitydförändring. Exempel på dessa är: 1) *Compliance* (tillmötesgående): En attityd som skapas för ett yttre motiv som t.ex. för att ge ett gott intryck gentemot en annan person. 2) *Identifikation*: Detta sker när en individ anpassar en attityd för att skapa eller bibehålla en tillfredsställande relation till andra. 3) *Internalisation*: Detta inträffar då en person tar till sig en ny attityd eftersom denna passar in med attityder som personen redan har. 4) *Grupptillhörighet*: Attityder anpassas för att stämma överens med sin "ingroups" värderingar. 5) *Massmedial påverkan*: Attityder hos personer kan påverkas av upprepad information från massmedia. 6) *Belöningar*: I vissa fall kan en belöning i någon form leda till en förändrad attityd hos individen.⁵⁸

1.9.2 Socialpsykologiskt perspektiv

Ett socialpsykologiskt perspektiv beskrivs eftersom individer påverkas av sin omgivning på ett eller annat sätt.

Enligt Shibutani använder människan olika perspektiv då den ser på verkligheten. Ett perspektiv är ett välordnat synsätt på ens tillvaro, vad som tas för givet om egenskaperna på olika objekt, händelser samt den mänskliga naturen. Perspektiven filtrerar vad vi ser och den kan styra och guida vår erfarenhet. Shibutani sammankopplar perspektiv med referensgrupper. En referensgrupp är det samhälle vars perspektiv individen använder. Det är inom gruppen som individen kommunicerar och det är deras perspektiv som används i olika situationer. Shibutani definierar referensgrupper som de grupper vilkens perspektiv individen "lånar" för att se verkligheten. Varje individ har flera olika referensgrupper. Det kan vara grupper som individen tillhör, men även sociala kategorier som social klass, etnisk grupp eller samhälle. Vad Shibutani vill säga är att; "what we see as reality is really a result of perspectives we take on through social interaction, and the groups whose perspective we use are called our reference groups". Om vi ska förstå vad människor gör så måste vi förstå varje individs unika perspektiv, för de är basen för vad person tar för givet och hur personen definierar situationen.⁵⁹

1.9.3 Ajzens & Fishbeins; Theory of planned behaviour

En attityd uttrycks enligt denna teori som en uppfattning om konsekvenserna av ett beteende. Våra attityder påverkar vårt beteende genom att vi medvetet fattar beslut. Ajzen och Fishbein hävdar i deras teori att individers handlande förutsägs bäst genom deras avsikt. Denna bestäms genom människors attityder, vilka förväntningar de tror andra har om dem samt huruvida individen tror att de kan utföra det förväntade beteendet i en specifik situation. Det finns alltså

⁵⁶ Brehm, S. (1999)

⁵⁷ Brehm, S. (1999)

⁵⁸ McKenna, E. (2000)

⁵⁹ Charon, J. (2001)

tre olika faktorer, som styr vår avsikt som i sin tur kan leda till ett visst beteende. Dessa tre är attityd mot ett beteende, den subjektiva normen samt uppfattad beteende kontroll.⁶⁰

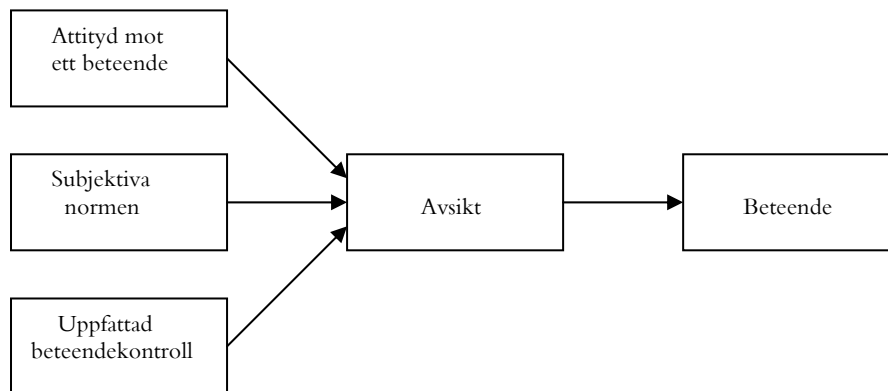
Följande begrepp ingår i Ajzens & Fishbeins teori:

Attityd mot ett beteende: Har vi en uppfattning om någonting t.ex. ett objekt kommer denna uppfattning att ”forma” vår attityd mot ett beteende. Attityden mot ett specifikt beteende påverkas av en individs egen uppskattning av vilka effekter beteendet får. Kommer individen att gynnas av beteendet eller inte?

Subjektiva normen: En individs uppfattning om hur ens ”referensgrupp” skulle gilla eller ogilla detta beteende. Om en person tror att någon i deras närhet vill att de ska agera på ett viss sätt kan detta påverka individen i den riktningen. Den subjektiva normen är alltså vår tro om vad andra tycker, tror, vi ska göra. Socialt tryck kan leda till konformitet vilket kan innebära att personer agerar på ett sätt som strider mot deras inre principer eller övertygelser.

Uppfattad beteendekontroll: Attityder leder till beteenden bara när individen uppfattar att beteendet ligger inom deras kontroll. I den utsträckning som människor saknar förtroende för sina färdigheter att anamma ett visst beteende så kommer de troligtvis inte ens att tänka tanken att handla på ett visst sätt. Det är framförallt vilka möjligheter och resurser en person har som påverkar den uppfattade beteendekontrollen. Denna kan påverka beteendet direkt eller indirekt genom avsikten.

Avsikt: Dessa ovan tre uppräknade faktorer påverkar en persons avsikt. Denna avsikt kan leda till ett specifikt beteende. Fastän attityder bidrar till en avsikt att bete sig på ett speciellt sätt så är det inte säkert att personen genomför sina tänkta avsikter.⁶¹



Figur 1.1 Ajzens & Fishbeins Theory of planned behaviour

⁶⁰ Ajzen, I. (1988)

⁶¹ Ajzen, I. (1988)

1.9.4 Zannas & Rempels; An attitude system

Denna teori beskriver vilka faktorer som leder fram till en attityd. En attityd definieras som ett slags förhållningssätt som baseras på kognition, affektiva reaktioner, beteendeavsikt och tidigare erfarenhet. Attityden kan i sin tur påverka de övriga komponenterna i attitydssystemet.⁶²

Följande begrepp ingår i Zannas & Rempels teori:

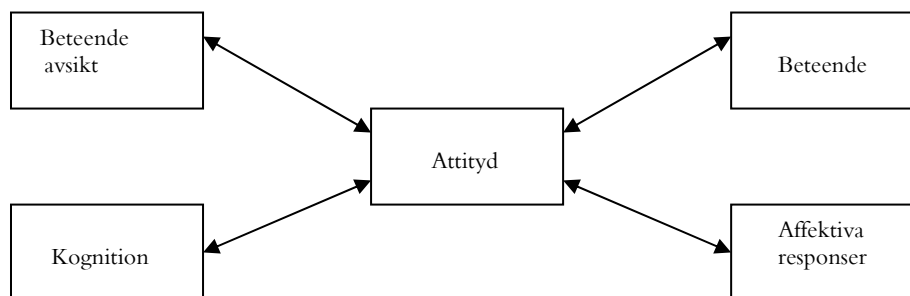
Beteende avsikt: Förväntningar eller planer på att agera på ett specifikt sätt före personer utför detta i praktiken. Detta kan t.ex. vara nyårslöften som någon planerar men kanske inte utför i verkligheten.

Beteende: Här kommer individens beteende: t.ex. en person röstar, köper en produkt, donerar blod.

Kognition: Här ingår både vad en individ uppfattar och dennes kunskap om ett objekt och hur denne ska bete sig i förhållande till detta.

Affektiva responser: En persons emotioner vilka reflekterar dennes attityd genom fysisk arousal (förmimmelser av t.ex. glädje, motvilja).

Attityd: Den sammanfattande evalueringen som inkluderar de övriga komponenterna.⁶³



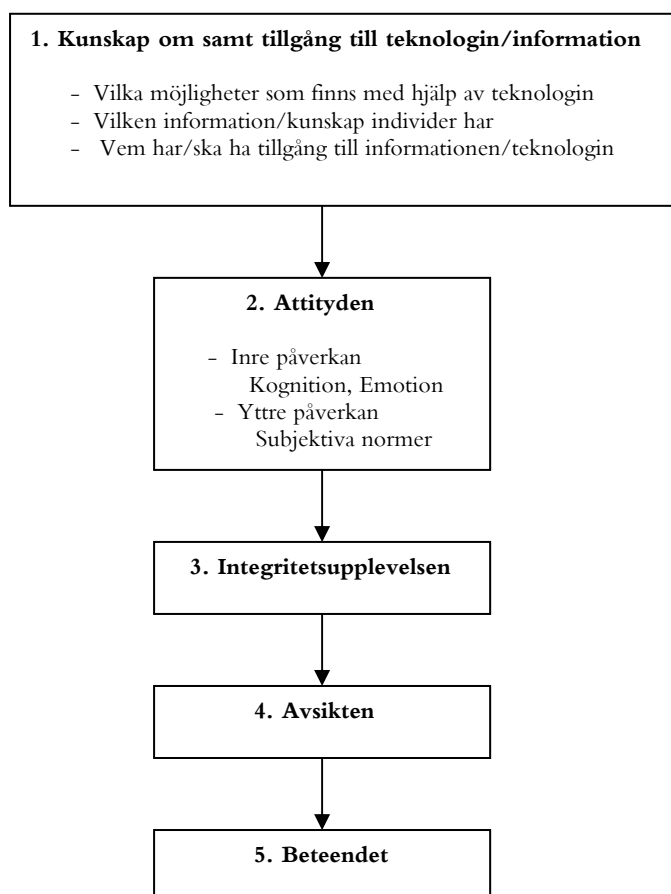
Figur 1.2 Zannas & Rempels An attitude system

⁶² Zimbardo, P. (1991)

⁶³ Zimbardo, P. (1991)

1.9.5 Undersökningens kausala modell

Den kausala modellen byggde i huvudsak på två teorier, nämligen theory of planned behaviour och an attitude system. Syftet med modellen är att skapa en bild över hur integritetsupplevelsen kan formas.



Figur 1.3 Undersökningens kausala modell

1. Kunskap om samt tillgång till teknologin/information

- Vilka möjligheter det finns att med hjälp av teknologin t.ex. samla in och registrera information.
- Vilken information/kunskap individer har. Hur pass väl den enskilda personen har kunskap om t.ex. att ICA kan registrera och analysera deras inköp då denne handlar med ICA kortet. Denna kunskap kan sträcka sig från ingen till stor kunskap hos den enskilda individen.
- Vem har/ska ha tillgång till informationen/teknologin. Gör individen skillnad på vem som kan registrera information om dem. Är det familjen, arbetsgivaren, myndigheter eller kommersiella organisationer som ska ha tillgång till informationen/teknologin? Kan de själva påverka vem som ska ha tillgång till information om dem?

2. Attityden

Inre påverkan

- Kognition: Här ingår både individens uppfattning och kunskap om ett objekt och hur de ska agera i förhållande till detta.
- Emotion: Känslomässiga responser vilka reflekterar någons attityd på nivån av fysisk arousal (förnimmelser av t.ex. glädje, motvilja).

Yttre påverkan

- Subjektiva normer: En individs uppfattning om hur dennes "referensgrupp" skulle tycka om eller inte tycka om detta beteende. Om en person tror att någon i deras närhet vill att de ska agera på ett visst sätt kan detta påverka individen i den riktningen. Den subjektiva normen är alltså vår tro om vad andra tycker, tror, vi ska göra. Socialt tryck kan leda till konformitet vilket kan innebära att personen agerar på ett sätt som strider mot dennes inre principer eller övertygelser.

3. Integritetsupplevelsen

- Huruvida individen uppfattar att olika tekniska funktioner är integritetskränkande eller inte? Vad är egentligen ett hot mot den personliga integriteten?

4. Avsikten

- Vill individen t.ex. använda en tjänst eller inte? Har personen något val angående detta?

5. Beteende

- Använder personen i praktiken tjänsten eller tekniken. Detta kan också vara ett konkret avståndstagande mot något som denne upplever vara alltför integritetskränkande. Det kan leda till att individen t.ex. tar kontakt med de som tillhandahåller en tjänst och kräver en inskränkning i/borttagande av tjänsten. Personen kräver t.ex. att ICA inte får registrera uppgifter om denne och de inköp som denne gör.

En kort förklaring till pilarna mellan lådorna i figuren

Kunskap om/tillgång till teknologin/information → Attityden

Vilken kunskap eller tillgång personen har till bl.a. teknologin påverkar attityden hos den enskilda individen. Har de mer ingående kunskap om t.ex. ICA-kortets funktion så är det lättare att bilda sig en rättvisare uppfattning/attityd angående tjänsten. Har de ingen kunskap om ICA-kortets funktioner så får de en annorlunda uppfattning än om de faktiskt har denna kunskap.

Attityden → Integritetsupplevelsen

Vilka attityder individer har påverkar integritetsupplevelsen. Attityden påverkar hur personer ser på en tjänst – är den integritetskränkande eller är den acceptabel?

Integritetsupplevelsen → Avsikten

Integritetsupplevelsen påverkar en persons avsikt mot någonting. De kanske tycker att det är helt i sin ordning att ICA registrerar deras inköp via ICA-kortet. Därmed har personen en avsikt att använda kortet eller att införskaffa sig ett sådant.

Avsikten → Beteendet

Avsikten påverkar individens beteende. Själva avsikten kan leda till ett beteende och personen går från tanken till att utföra detta till en verklig handling. De bestämmer sig t.ex. för att använda ICA-kortet då de handlar.

2. Metod

Ett kvantitativt angreppssätt tillämpades genom att enkäter användes som mätinstrument. Fördelarna med detta förfaringsätt är att enkäter är ett effektivt tillvägagångssätt för att nå ut till ett stort antal respondenter under ett begränsat tidsintervall. Respondenterna hade möjlighet att besvara enkäterna när det passade dem bäst under den givna tidsintervallen. Informationen som samlades in behandlades med ett statistiskt program. Därmed kunde resultatet presenteras på ett lättförståeligt och effektivt sätt bland annat genom frekvenstabeller och stapeldiagram.

2.1 Mätinstrument

Två enkäter konstruerades (se bilaga 1 och 2) för att kartlägga var individerna drar sin integritetsgräns. Enkäterna bestod bl.a. av frågeställningar samt scenarios. Syftet med Enkät A var att få en övergripande bild av individers attityder gentemot integritetsproblematiken samt att fastställa vilken kunskap de hade om den aktuella tekniken. Enkät B var en uppföljning som skulle gå in mer på djupet i de olika problemområdena. Vissa frågor återkom i de båda enkäterna. Innan frågorna som berörde de olika problemområdena fanns det en kort objektiv beskrivning av de tekniska aspekterna. Samma objektiva beskrivning av tekniken fanns med i de båda enkäterna. Detta gjordes bland annat för att ge respondenterna den kunskap som krävdes, om de inte hade denna sedan tidigare, för att kunna besvara vissa frågor i enkäterna. Frågorna bestod dels av ja/nej frågor dels med frågor som hade en skala mellan 0 till 4 där endast ändpunkterna var definierade med ett värde. Även scenarierna hade en skala mellan 0 till 4 där endast ändpunkterna var definierade med ett värde. Både positiva och negativa aspekter av tekniken belystes i de olika scenarierna, samt i frågorna, för att på så sätt få en så klar och varierad bild av respondenternas integritetssfär som möjligt. I slutet av de båda enkäterna fanns det två öppna frågor som respondenterna fick besvara (se bilaga 4).

2.2 Urvalspersoner

I studien hade de personer som är medlemmar i testplats Botnia haft möjlighet att besvara de två enkäterna under de givna tidsperioderna. Testplats Botnia är en webbaserad plattform där personer på frivillig basis kan anmäla sitt intresse att vara testpiloter. De får bland annat testa olika tjänster samt besvara webbaserade veckoenkäter. Alla som bor i Sverige kan ingå i testplatsen fast det är huvudsakligen personer som bor i Norr- och Västerbotten som är testpiloter. Det som krävs för att en individ ska bli medlem är att de har mobiltelefon samt tillgång till Internet. Fler män än kvinnor är medlemmar. Då enkät A lades ut på testplatsen fanns det cirka 3500 testpiloter. Av dessa var det 238 som besvarade enkät A. Vid tidpunkten då enkät B lades ut fanns det cirka 5000 testpiloter. Av dessa var det 139 som besvarade enkät B.

2.3 Procedur

För att erhålla större kunskap och få en övergripande bild över problemområdet genomfördes litteraturstudier. Genom att använda olika sökmotorer på Internet fick författarna ta del av relevant litteratur, tidningsartiklar och forskningsrapporter. Sökord som användes var bland annat integritet, personlig integritet, privacy, mobil positionering, Internet samt kundkort etc. Efter litteraturstudierna så avgränsades problemområdet till att innefatta ett positions- och ett informationsperspektiv. Även övervakningsproblematiken ingick i studien. Utifrån dessa nyss nämnda problemområden skapades frågor till enkäterna för att belysa integritetsproblematiken. Den kausala modellen skapades delvis från 2 teorier, nämligen theory of planned behaviour samt an attitude system. Frågeställningarna i enkäterna hade en viss koppling till den kausala modellen. Efter att de två enkäterna hade utformats fick fem studenter på utbildningsprogrammet för psykologi, samt handledare granska dessa och komma med feedback. Enkäterna reviderades delvis med hänsyn till de inkomna synpunkterna. Därefter utfördes en mindre pilotstudie där 10 personer i författarnas vänskapskrets fick besvara dessa. Även denna gång inkom synpunkter om oklarheter angående enkäternas innehåll, härmed kunde enkäterna ännu en gång revideras för att på så sätt få sin definitiva utformning. Enkät A lades ut på testplats Botnia under två veckor i juni 2003 och enkät B lades ut under två veckor i augusti 2003 på samma forum. Med enkäterna fanns det ett kort introduktion där bl.a. syftet och frågeställningar angående undersökningen beskrevs.

2.4 Databearbetning

Först sparades respondenternas enkätsvar på testplats Botnias server. Därefter överfördes detta datamaterial till handledaren Lennart Sandberg. Denne transformerade informationen till en datafil så att den på ett enkelt sätt kunde läggas in direkt i ett statistiskt program. Datamaterialet bearbetades sedan med hjälp av ett statistiskt program (SPSS). De respondenter som svarade på mindre än tre frågor togs bort från datafilerna och kom därför inte med i undersökningen. Vissa enkätfrågor hade skalsteg mellan 0 och 4. För att lättare kunna bearbeta dessa svar så ändrades skalstegen till en skala mellan 1 och 5. Orsaken till detta är att SPSS inte kan utföra vissa beräkningar med nollor på ett tillfredsställande sätt. Respondenterna delades in i tre olika åldersgrupper. I gruppen unga ingick individer mellan 16 till 25 år, i den mellersta gruppen ingick de individer som hade en ålder mellan 26 och 34 år. I gruppen äldre ingick individer som var 35 år eller äldre. Mellangruppen användes inte som en jämförelsegrupp vid de statistiska beräkningarna. Anledningen till detta var att grupperna unga och äldre skulle jämföras vid t.ex. signifikansprövningar för att besvara uppställd forskningsfråga. Även signifikansprövningar mellan könen genomfördes. Forskarna skapade bland annat frekvenstabeller och stapeldiagram utifrån det statistiska underlaget. De öppna svaren bearbetades i en separat datafil. Först tog forskarna bort de svar som inte gav någon meningsfull information som t.ex. de respondenter som svarade vet inte eller dylikt. Därefter kategoriserades svaren. Vissa citat användes då de tydligt beskrev de olika kategoriernas innehåll på ett tänkvärt sätt.

3. Resultat

3.1 Bakgrundsinformation

Den första enkäten som lades ut på testplats Botnia fick namnet enkät A, den andra enkäten som lades ut på samma ställe vid ett senare tillfälle fick namnet enkät B. Variabeln ålder delades in i två olika åldersgrupper i de båda enkäterna. Första gruppen benämndes unga och inbegrep respondenter mellan 16 och 25 år och den andra gruppen fick namnet äldre och hade en ålderfördelning mellan 35 år och upp till den äldsta personen i respektive urval. Variabeln kön delades in i män respektive kvinnor. I gruppen 'alla' ingick samtliga individer som besvarade respektive enkät.

Enkät A besvarades av 238 respondenter och medelåldern på dessa var 32 år. I gruppen unga ingick 83 personer och i gruppen äldre ingick 89 personer. Den yngsta respondenter var 16 år och den äldsta var 64 år. Antal män var 158 och antal kvinnor var 80.

Enkät B besvarades av 139 respondenter och medelåldern på dessa var 33 år. I gruppen unga ingick 37 personer och i gruppen äldre ingick 57 personer. Den yngsta respondenter var 16 år och den äldsta var 60 år. Antal män var 82 och antal kvinnor var 57.

3.2 Internet

Tabell 3.1 Huruvida respondenterna var oroliga angående den berörda Internettekniken

Oro teknik	X	Frekvens i %				
		1	2	3	4	5
Mejl	2.88	8.7	32.4	27.0	22.0	9.1
Cookies	3.08	5.8	22.8	32.8	28.2	9.1
Elektroniska spår	3.07	10.8	21.2	25.7	27.0	13.7
Datamining	3.24	8.7	10.4	34.4	24.1	19.1

Tabell 3.1 visar medelvärden (X) samt frekvens i % för samtliga respondenter angående hur orolig de var för den berörda Internettekniken (Se bilaga 1, fråga 3, 5, 7, 9). Skalan gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning). Enligt medelvärdena var respondenterna mest oroliga för datamining. Noterbart var att cirka 19 % av respondenterna var i mycket hög utsträckning orolig för denna teknik. Vad som inte framgick i denna tabell var medelvärden för de olika grupperna män, kvinnor, unga samt äldre. Det fanns inga signifikanta skillnader mellan dessa grupper gällande deras medelvärden.

Reflektion; Om de individer som svarat en fyra eller en femma räknas ihop så framkommer det att minst 31 % av respondenterna är i hög grad orolig för respektive Internetområde. Forskarna tycker att det är en stor del av respondenterna som är oroliga för hur Internettekniken kan användas. Information som kan erhållas om en enskild individ via nätet är både personlig och omfattande. Människor vill mest troligt inte att e-post ska kunna läsas av obehöriga. Datamining innebär att företag skapar kundprofiler som kan ge stor kunskap om den enskilda individen och dennes agerande på Internet. Enligt den kausala modellen så påverkar vilken kunskap individen har integritetsupplevelsen. Enligt tabell 3.2 (bilaga 3) så har cirka 65 % av respondenterna inte kunskap om datamining. De hade i överlag minst kunskap om detta jämfört med de övriga Internetområdena. Detta kan vara en av orsakerna till att respondenterna var mest orolig för datamining.

Tabell 3.2 Huruvida information via Internet var integritetskränkande

	Män X	Män SD	Män n	Kvinnor X	Kvinnor SD	Kvinnor N	t-test
Enkät A	3.67	1.054	156	3.79	1.064	80	ns
Enkät B	3.64	1.104	76	3.74	0.894	54	ns

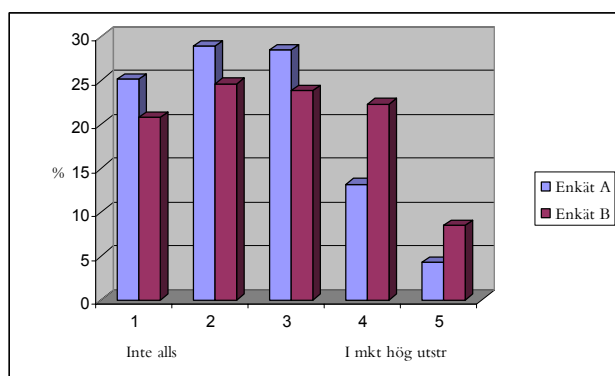
	Unga X	Unga SD	Unga n	Äldre X	Äldre SD	Äldre N	t-test
Enkät A	3.66	1.096	83	3.71	1.002	89	ns
Enkät B	3.68	0.832	31	3.73	0.990	55	ns

* P<.05 **p<.01 ns=not significant.

För gruppen alla i enkät A var medelvärdet (X)=3.71, standardavvikelsen (SD)=1.057 och antal individer (n)=236. Motsvarande värden för gruppen alla i enkät B var (X)=3.68, (SD)=1.019 och (n)=130.

Tabell 3.2 visar medelvärden (X), standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 11) och enkät B (bilaga 2, fråga 12). Skalan på denna fråga (angående hur integritetskränkande de tycker att informationsinsamlandet via Internet om dem är) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad). Tendensen för samtliga grupper var att medelvärdet var förhållandevis högt. Detta innebär att respondenterna tyckte att informationen som fås via Internet var relativt integritetskränkande. Medelvärdena för respektive grupp har i princip liknande värde om en jämförelse görs mellan enkät A och enkät B.

Reflektion; *Varför tar respondenterna avstånd ifrån informationsinsamlande via Internet? Internet är ett världsomspännande nätverk där det är svårt att reglera hur information om individer får samlas in och användas. Individerna har oftast ingen kontroll på vilken information som kan samlas in om dem samt hur denna information kommer att användas. Individerna får oftast ingen möjlighet till att ge sitt godkännande till denna typ av informationsinsamlande. Det kan vara en av anledningarna till att de anser att informationsinsamlandet via Internet är relativt integritetskränkande.*



Figur 3.1 Förändra sitt beteende på Internet

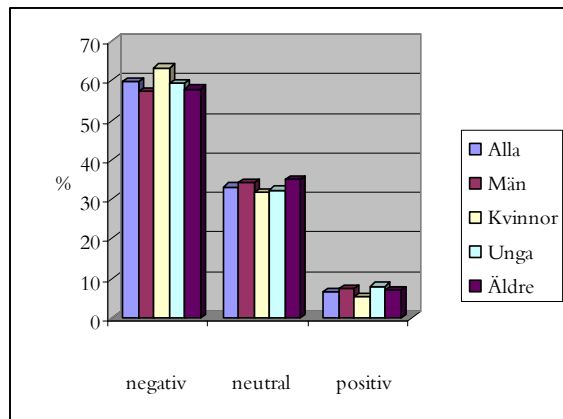
Figur 3.1 visar i vilken utsträckning som individer kommer att ändra sitt beteende på Internet pga. den information som kan bli tillgänglig om dem (bilaga 1, fråga 10; bilaga 2, fråga 11). Skalan gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning). Resultatet påvisade att det var fler respondenter, i de båda enkäterna, som inte kommer att ändra sitt beteende på Internet än vice versa. Enligt figur 3.1 var det fler respondenter i enkät A som inte kommer att ändra sitt beteende jämfört med respondenterna i enkät B.

Reflektion; Om de respondenter som svarade med en 4 eller 5 slås ihop så var det cirka 15 % (enkät A) och cirka 30 % (enkät B) som kommer att förändra sitt beteende på Internet. Huruvida detta är ett stort eller lågt antal individer är svårt att uttala sig om. Det är dock ett relativt stort steg att ha en vilja att ändra sitt beteende. Orsaken till att individer kan tänka sig förändra sitt beteende beror mest troligt på att den information som kan fås via Internet är alltför integritetskränkande. De som inte vill förändra sitt beteende kanske ändå upplever informationen som kränkande men deras 'Internet vanor' kan vara så svår att bryta. Det är dock svårt att veta hur och i vilken grad respondenterna kommer att ändra sitt beteende. Dessutom så kan respondenterna ange att de ska förändra sitt beteende men denna avsikt kanske inte utförs i praktiken.

3.2.1 Scenarios angående Internet i enkät B

Frågeställningen i samtliga scenarier var; I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer? Alla scenarier i enkät B hade en skala mellan 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning) där endast ändpunkterna var definierade. I stapeldiagrammen, som beskrev svarsfrekvensen för de olika grupperna i %, gjorde forskarna en gruppering av de olika skalstegen till tre distinkta kategorier. I kategorin *negativ* ingick de respondenter som svarat med en 1 eller 2. De tog avstånd ifrån att tekniken ska kunna användas i den situation som beskrevs i scenariot. I kategorin *neutral* ingick de som svarat med en 3. De var varken för eller emot denna tillämpning av tekniken. I kategorin *positiv* ingick de som svarat med en 4 eller 5. De var positivt inställda till att tekniken ska kunna användas på liknande sätt.

Scenario till fråga 2; Jan köper en hel del saker via Internet. Han beställer t.ex. mjällschampo, öl från Tyskland samt ögonlinser. Vad Jan inte vet är att företaget har skapat en profil om honom på basis av hans agerande på nätet.



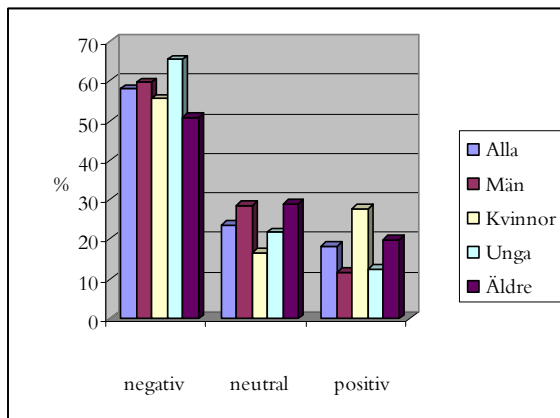
Figur 3.2 Skapande av kundprofiler på Internet

Figur 3.2 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Tendensen påvisade att majoriteten i samtliga grupper tog avstånd ifrån att kundprofiler skapas på Internet på basis vad de köper där. Det var dock ungefär en tredjedel av respondenterna som var neutralt inställda. Det fanns inte några större skillnader mellan de olika grupperna. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.14, Män=2.18, Kvinnor=2.07, Unga=2.19 och Äldre=2.16.

Reflektion; Denna teknik innebär att t.ex. företag kan skapa sig en helhetsbild över den enskilda individen och som sedan kan säljas vidare till tredje part. Jan, i scenariot, har inte vetskap om vilka konsekvenser hans aktiviteter på nätet får för honom personligen. Ju mindre kontroll en individ har över en

företeelse desto större sannolikhet är det att individen uppfattar detta som integritetskränkande. Detta kan vara en av förklaringarna till att det är så få individer (ungefär 5 %) som var positivt inställda till detta.

Scenario till fråga 7; Lena arbetar på en firma. Till sin förvåning får hon en dag ett mejl från sin arbetsgivare där denne varnar henne att hon måste upphöra med att skriva privata mejl under arbetstid. Chefen har uppmärksammat att Lena skickar alldeles för många mejl med privat innehåll. Förra veckan skickade hon en dag t.ex. 27 mejl till en Anders Svensson. Lenas arbetsgivare menar att hon missbrukar mejlen under arbetstid samt att hennes effektivitet minskar genom detta tilltag.

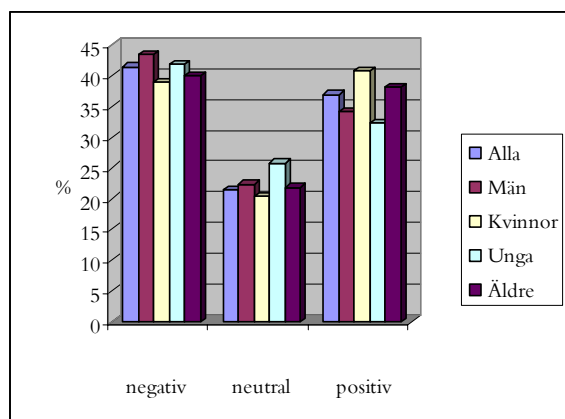


Figur 3.3 Kontroll av de anställdas mejlande under arbetstid.

Figur 3.3 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Minst hälften av individerna, i respektive grupp, tog avstånd ifrån att arbetsgivaren kan kontrollera de anställdas mejlande. Tendensen för gruppen kvinnor visade att mer än hälften (cirka 55 %) tog avstånd ifrån tekniken. Frekvensen sjönk sedan markant från kategorin negativ till kategorin neutral för att därefter stiga igen. Det som skiljde kvinnorna från övriga grupper är att det skedde en ökning från kategorin neutral till kategorin positiv. I övriga grupper sjönk variabelvärdena successivt från kategorin negativ till kategorin positiv. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.34, Män=2.21, Kvinnor=2.54, Unga=2.13 och Äldre=2.49

Reflektion; Trots att Lena i exemplet tydligt missbrukar mejlen på arbetstid är det många respondenter som är emot denna form av övervakning. Det skulle kunna vara så att respondenterna tar så stort avstånd ifrån att arbetsgivaren kontrollerar anställdas mejlande att de inte anser att missbruket är en tillräcklig orsak för denna typ av övervakning. Respondenterna kan även tolka det som om att personalen inte hade kunskap om att arbetsgivaren kontrollerar de anställdas mejlande under arbetstid. Detta kan uppfattas som att arbetsgivaren går bakom ryggen på sin personal. Gruppen unga är den grupp som tar mest avstånd ifrån denna övervakning. Detta kan bero på att de har en större vana att mejla och surfa på Internet. Det har blivit ett naturligt sätt för dem att kommunicera med andra via mejl.

Scenario till fråga 10; Ett företag övervakar sina anställda, dock med deras vetskap, genom att använda ett spionprogram. Detta görs för att förhindra att de anställda missbrukar Internet under arbetstid, som t.ex. att de spelar dataspel.

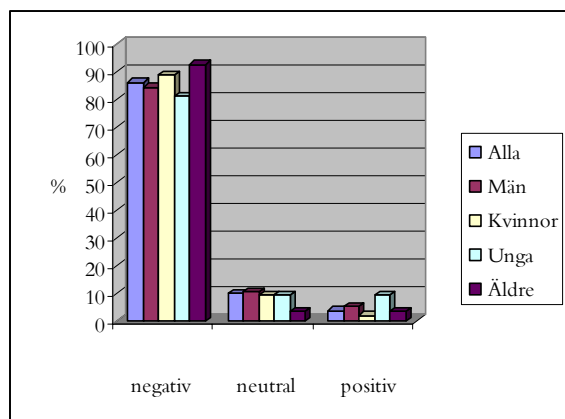


Figur 3.4 Arbetsgivare övervakar de anställdas surfande

Figur 3.4 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Det var en liknande tendens för samtliga grupper, nämligen det var ungefär lika många individer som var för som emot att arbetsgivaren övervakar de anställdas surfande. Det fanns ingen större skillnad mellan de olika gruppernas frekvensfördelning i de tre kategorierna. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.96, Män=2.86, Kvinnor=3.11, Unga=2.77 och Äldre=3.00.

Reflektion; Jämfört med föregående scenario var det färre individer som tog avstånd ifrån denna övervakning samt det var fler individer som fann detta acceptabelt. Denna skillnad beror mest troligt på att respondenterna uppfattar att personalen hade kunskap om detta dvs. det finns klara direktiv om vad som gäller på arbetsplatsen. Arbetsgivaren går inte bakom ryggen på sina anställda. Dessutom handlar detta scenario om att arbetsgivaren kontrollerar surfande på Internet och inte läser individens mejl som i föregående scenario. Även i detta scenario är det gruppen unga som är minst positiv till denna form av övervakning.

Scenario till fråga 9; Bertil och Ove är bröder. Nu har det kommit sig så att båda har blivit intresserade av samma kvinna, nämligen Sarah. Båda herrarna skriver mejl dagligen till henne. För att ligga steget före Ove så bestämmer sig Bertil för att ta reda på vad Sarah skriver i sina mejl till Ove. Bertil kan läsa Oves mejl genom att använda ett spionprogram.

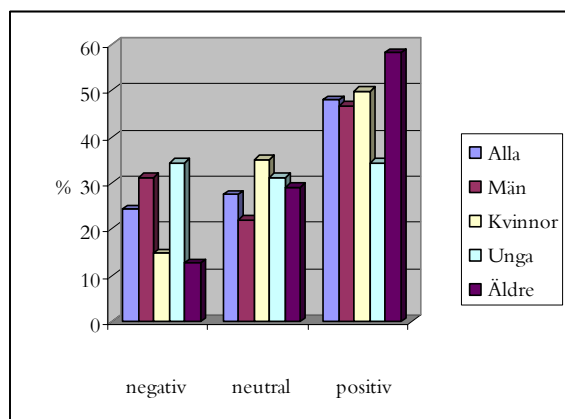


Figur 3.5 Privatperson använder spionprogram

Figur 3.5 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Samtliga grupper var starkt negativ till att spionprogram används av privatpersoner för att läsa någon annans mejl och på så sätt vinna fördelar gentemot denna. Äldre var den grupp som tog mest avstånd ifrån denna form av övervakning. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=1.43, Män=1.47, Kvinnor=1.37, Unga=1.63 och Äldre=1.29

Reflektion; Respondenterna tar starkt avstånd ifrån att privatpersoner använder spionprogram för att läsa andras mejl och därmed vinna personliga fördelar gentemot någon annan. Detta speglar troligen att individer upplever denna handling som kränkande gentemot den personliga integriteten. Kanske blir denna kränkning ännu värre då den drabbar sina nära och kära. Få människor vill att någon obehöriga ska få läsa deras personliga mejl utan tillåtelse.

Scenario till fråga 8; Lotta har ett tonårsbarn som hon är riktigt orolig över. Hon är bekymrad för att hennes flicka "chattar" med äldre män på Internet. Lotta känner att det är hennes plikt som mamma att skydda sitt barn. Hon har därför köpt ett spionprogram för att på så sätt kunna kontrollera sitt barns aktiviteter på Internet och förhoppningsvis förhindra att dottern "råkar illa ut".



Figur 3.6 Privatperson använder spionprogram.

Figur 3.6 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Ungefär hälften av respondenterna i respektive grupp var positivt inställda till att föräldrar kan övervaka sina barns aktiviteter på Internet. Undantaget var gruppen unga där det endast var en tredjedel som var positivt inställda till detta. Grupperna alla, kvinnor och äldre påvisade en liknande tendens, nämligen en successiv frekvensökning från kategorin negativ till kategorin positiv. Det intressanta var att unga hade en jämn frekvensfördelning på alla tre kategorier. Alltså det var lika många, i gruppen unga, som var negativt eller positivt inställda till denna teknik. Äldre var mest positiv till denna teknik och unga var mest negativ. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=3.40, Män=3.30, Kvinnor=3.56, Unga=2.97 och Äldre=3.73

Hypotes (1) Äldre tycker i högre utsträckning att föräldrar/anhöriga ska kunna kontrollera sina barns aktiviteter på Internet jämfört med unga ($p < .01$).

Reflektion; Jämfört med föregående scenario (3.5) är det en markant skillnad i respondenternas svar. De är mer positivt inställda till att föräldrar ska kunna övervaka sina barns aktiviteter på Internet. En anledning till att denna kontroll är acceptabel ur integritetssynpunkt är att barnen kan råka illa ut om de t.ex. får kontakt med fel personer. Denna övervakning utförs för att om möjligt skydda sitt barn. Många

respondenter tycker kanske att denna övervakning utförs med en god avsikt. Enligt Boninger (Brehm, 1999) så påverkas styrkan på attityden bland annat av hur viktig den är för deras familj. Det finns en signifikant skillnad mellan äldre och unga. Detta kan bero på att de flesta äldre har barn och kan lättare identifiera sig med Lena i scenariot. Många av de unga kanske bor hemma fortfarande och vill inte att deras föräldrar ska kunna övervaka deras aktiviteter på Internet, detta kan vara en av anledningarna till att de är mer negativt inställda än övriga grupper.

3.3 Positionering

Tabell 3.3 Huruvida respondenterna var oroliga angående att deras mobiltelefon går att positionera

	X	Frekvens i %				
		1	2	3	4	5
Alla	1.72	56.4	24.6	11.9	5.5	1.7
Män	1.72	53.8	27.6	12.8	4.5	1.3
Kvinnor	1.71	61.3	18.8	10.0	7.5	2.5
Unga	1.87	48.3	26.7	16.7	6.7	1.7
Äldre	1.53	64.0	24.7	5.6	5.6	0.0

Tabell 3.3 visar medelvärden samt frekvens i % för samtliga respondenter angående hur orolig de var för att deras mobiltelefon går att positionera (se bilaga 1, fråga 15). Skalan gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning). Det visade sig att en övervägande del av respondenterna inte upplevde oro över att deras mobiltelefon kunde positioneras. Denna tendens var genomgående för de fem olika grupperna. Enligt medelvärdena var det gruppen äldre som var minst orolig över detta.

Hypotes (2) Äldre är i mindre utsträckning orolig över att de via mobiltelefonen kan positioneras geografiskt jämfört med unga ($p < .01$).

Reflektion; Enligt tabell 3.3 (bilaga 3) så har minst 90 % av respondenterna kunskap om mobil positionering. Denna siffra är frapperande hög tycker forskarna. Antagligen beror detta på att en del testpiloter på testplats Botnia har haft denna tjänst eller blivit erbjuden denna. Eftersom respondenterna i stor utsträckning har kunskap om denna teknik så upplever de inte någon orolighetskänsla. Om en jämförelse görs med tabell 3.1. så finns det en markant skillnad. Respondenterna är mindre oroliga för mobil positionering jämfört med de olika Internetområdena. Genom positionering kan endast en persons geografiska läge registreras. Vid Internet kan betydligt mer personlig information erhållas vilket förmodligen leder till en ökad orolighetskänsla. Strömholm (1971) menar att insamlande av uppgifter om en persons privata förhållanden påverkar kränkningen av den personliga integriteten. Vid mobil positionering har individer även en större kontroll över tjänsten eftersom det finns en möjlighet att stänga av mobiltelefonen.

Tabell 3.4 Huruvida information via positionering var integritetskränkande

	Män X	Män SD	Män n	Kvinnor X	Kvinnor SD	Kvinnor n	t-test
Enkät A	2.15	1.203	156	2.25	1.278	80	ns
Enkät B	2.92	1.148	72	3.19	1.103	52	ns

	Unga X	Unga SD	Unga n	Äldre X	Äldre SD	Äldre N	t-test
Enkät A	2.34	1.202	83	1.98	1.118	89	ns
Enkät B	3.47	1.167	30	2.88	1.078	52	*

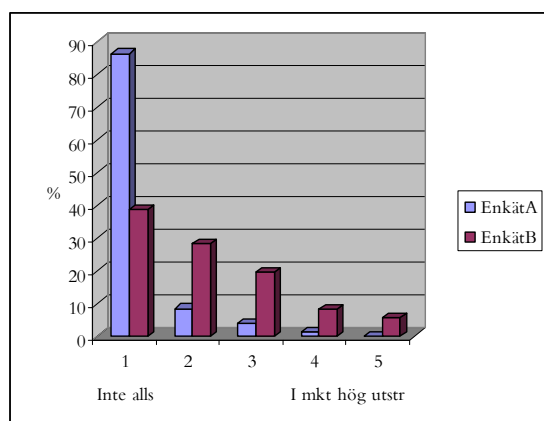
* $P < .05$ ** $p < .01$ ns=not significant.

Medelvärdet för alla individer i enkät A var $(X)=2.19$, $(SD)=1.227$ och $(n)=236$. Motsvarande värden för enkät B var $(X)=3.03$, $(SD)=1.113$ och $(n)=124$.

Tabell 3.4 visar medelvärden (X) , standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 17) och enkät B (bilaga 2, fråga 38). Skalan på denna fråga (angående hur integritetskränkande de tycker att mobil positionering är) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad). Medelvärdet för de olika grupperna i enkät B var betydligt högre än medelvärdet för grupperna i enkät A. Äldre var den grupp som ansåg att mobil positionering var minst integritetskränkande jämfört med övriga grupperna. Unga var den grupp som ansåg att mobil positionering var mest integritetskränkande. Skillnaden i integritetsupplevelsen mellan unga och äldre var signifikant.

Hypotes (3): Unga tycker i högre grad att tjänsten mobil positionering är integritetskränkande jämfört med äldre ($p<.05$).

Reflektion; Mobil positionering som helhet verkar inte vara särskilt integritetskränkande för respondenterna. Det finns dock en stor skillnad i medelvärdena för de olika grupperna mellan enkät A och B. Detta kan bero på att i enkät B så fick respondenterna besvara scenarior som visade på olika konsekvenser av tjänsten mobil positionering. De fick därmed en mer nyanserad kunskap och bild av hur tjänsten kan användas i praktiken jämfört med respondenterna i enkät A. I enkät A så finner respondenterna inte tjänsten speciellt integritetskränkande. Detta kan bero på att de inte fullt ut förstår konsekvenserna av denna tjänst. Unga finner denna tjänst som mer integritetskränkande jämfört med äldre.



Figur 3.7 Mobiltelefonen avslagen (ändra sitt beteende).

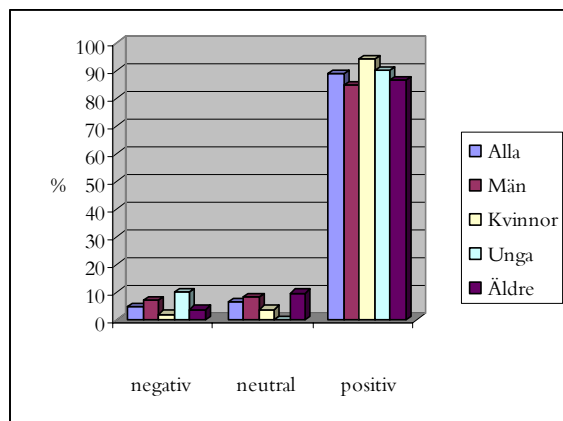
Figur 3.7 visar i vilken utsträckning som individer kommer att ha mobiltelefonen avslagen på grund av att den går att positionera (bilaga 1, fråga 16, bilaga 2, fråga 37). Skalan gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning). Figuren visade en liknande tendens för båda enkäterna. Från svarsalternativ 1 till 5 skedde en successivt fallande frekvensfördelning. Det var dock en frapperande stor skillnad mellan frekvensfördelningen mellan enkät A och enkät B. I enkät A var det ungefär (85 %) av individerna som inte alls kommer att ändra sitt beteende med avseende på positioneringen av mobiltelefonen. Däremot var det bara (38 %) av respondenterna i enkät B som inte alls kommer att ändra sitt beteende.

Reflektion; Det kan konstateras att respondenterna i undersökningen inte ville stänga av sin mobiltelefon på grund av att den går att positionera. Det var fler respondenter i enkät B procentuellt sett som tyckte att positionering var integritetskränkande jämfört med de i enkät A (se föregående tabell). Detta är antagligen anledningen till att frekvensfördelningarna i de båda enkäterna skiljer sig så markant åt i figur 3.6. Även om vissa respondenter kan uppleva denna tjänst i viss mån som kränkande så kanske nyttan är alltför stor för vanan av mobil användandet ska kunna minska.

3.3.1 Scenarios angående positionering i enkät B

Frågeställningen i samtliga scenarios var; I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer? Alla scenarios i enkät B hade en skala mellan 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning) där endast ändpunkterna var definierade. I stapeldiagrammen, som beskrev svarsfrekvensen för de olika grupperna i %, gjorde forskarna en gruppering av de olika skalstegen till tre distinkta kategorier. I kategorin *negativ* ingick de respondenter som svarat med en 1 eller 2. De tog avstånd ifrån att tekniken ska kunna användas i den situation som beskrevs i scenariot. I kategorin *neutral* ingick de som svarat med en 3. De var varken för eller emot denna tillämpning av tekniken. I kategorin *positiv* ingick de som svarat med en 4 eller 5. De var positivt inställda till att tekniken ska kunna användas på liknande sätt.

Scenario till fråga 28; Kalle ligger livlös på ett drivande isflak. Hans mobil är påslagen och genom denna kan räddningstjänsten snabbt lokalisera Kalle och hans liv går att rädda.



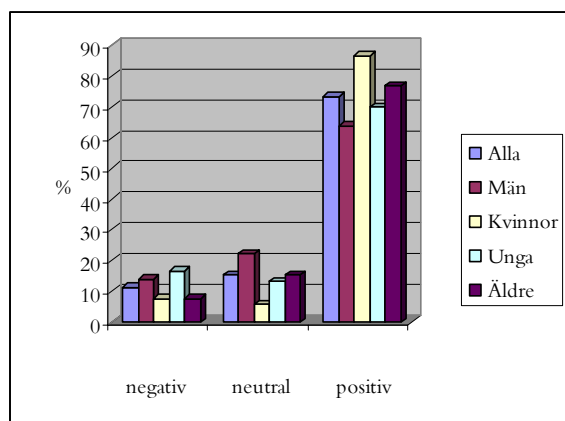
Figur 3.8 Positionering vid en nödsituation

Figur 3.8 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Grupperna var starkt positiva till att mobil positionering kan användas vid nödsituationer. Kvinnor var den grupp som var mest positiv till denna tjänst jämfört med övriga grupper. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=4.60, Män=4.49, Kvinnor=4.75, Unga=4.57 och Äldre=4.58.

Hypotes (4) Kvinnor tycker i högre utsträckning att tjänsten mobil positionering ska användas vid nödsituationer jämfört med män ($p < .05$).

Reflektion; Majoriteten av respondenterna är överens om att positionering ska kunna användas vid nödsituationer. Ett mänskligt liv är alltid viktigare än en eventuell integritetskränkning. De flesta tänker nog att "om jag vore i en nödsituation så skulle jag vilja bli räddad och den eventuella kränkningen spelar mindre roll". Kvinnor finner denna tjänst som mer acceptabel jämfört med män. Kvinnor kanske prioriterar trygghet och säkerhet mer än vad män gör.

Scenario till fråga 33; Polisen har fått ett tips om att några personer säljer droger. Eftersom polisen vet de misstänkta individernas namn kan de ta reda på deras mobiltelefonnummer. Genom de misstänkta mobiltelefoner kan polisen nu övervaka deras positioner och på så sätt få en klarare bild över deras aktiviteter.



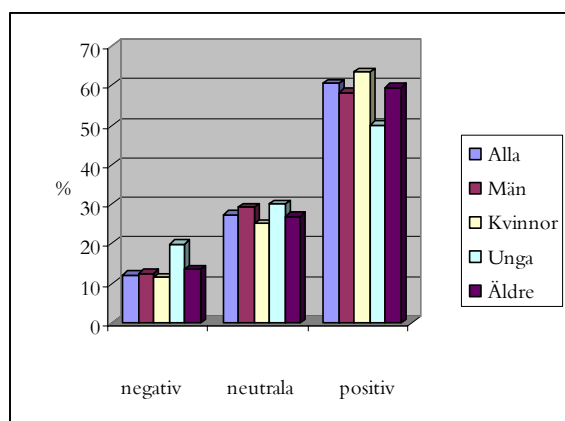
Figur 3.9 Polisen positionerar misstänkta brottslingar

Figur 3.9 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. De flesta respondenterna, i respektive grupp, var positivt inställda till att polisen kan positionera misstänkta brottslingar. Kvinnor var mest positivt inställda till att denna användning av tjänsten jämfört med övriga grupper. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=4.10, Män=3.86, Kvinnor=4.44, Unga=3.97 och Äldre=4.17.

Hypotes (5) Kvinnor tycker i högre utsträckning att tjänsten mobil positionering ska användas av polisen för positionering av misstänkta brottslingar jämfört med män ($p < .01$).

Reflektion; Syftet med denna form av övervakning är att underlätta för polisen att fånga potentiella brottslingar, alltså någonting positivt ur samhällets synvinkel. Denna positionering är i stor grad acceptabel enligt respondenterna eftersom denna tjänst används för att samla in bevis mot de brottsmisstänkta individerna. Kvinnor är mer positiva till denna form av övervakning jämfört med män. En av orsaker till detta skulle kunna vara att kvinnor tycker det är bra att polisen för ökade befogenheter att sätta dit brottslingar och därmed skapa en större trygghetskänsla.

Scenario till fråga 29; Malin och Erik har köpt sina barn varsin mobiltelefon. De har skaffat en tjänst som gör det möjligt för oroliga föräldrar att övervaka barnens väg hem från skolan med hjälp av mobiltelefonen. Via SMS får Malin och Erik reda på var sina barn befinner sig geografiskt.

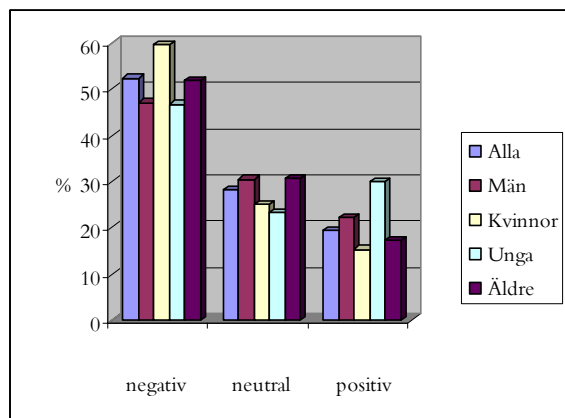


Figur 3.10 Positionering av barn via mobiltelefon

Figur 3.10 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Tendensen för samtliga grupper påvisade en successiv ökning i svarsfrekvenserna från kategorin negativ till kategorin positiv. I princip var det mer än hälften av respondenterna i vardera grupp som fann denna tjänst positiv. Enda undantaget var gruppen unga som generellt sett var mindre positiv till denna typ av positionering jämfört med övriga grupper. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=3.82, Män=3.82, Kvinnor=3.83, Unga=3.50 och Äldre=3.79.

Reflektion; Det verkar finnas en positiv aspekt med denna tjänst som överväger den eventuella integritetskränkningen, eftersom denna övervakning syftar till att skydda barnen genom att positionera dem när de t.ex. går hem från skolan. Detta ger en ökad trygghetskänsla för familjemedlemmarna. Denna tjänst är någonting som föräldrarna själva väljer att skaffa (kanske i samtyck med barnen). På detta sätt ligger kontrollen hos familjen. Unga är dock inte lika positiva till denna positionering jämfört med övriga grupper. De flesta unga har antagligen inte egna barn ännu och kan därför ha svårare att sätta sig in i denna situation. Unga tror kanske också att föräldrarna kommer att missbruka denna tjänst och kan t.ex. positionera barnen då de är hos kompisarna. Skillnaden mellan unga och äldre är dock inte signifikant.

Scenario till fråga 31; Peter är på en firmafest med sina arbetskamrater en lördag kväll. Hans flickvän Maria blir nyfiken på att kolla upp var han befinner sig, eftersom hon anar oråd pga. att Peter har jobbat många sena kvällar de senaste veckorna. Både Peter och Maria har tjänsten mobil positionering och genom denna kan hon lokalisera Peters position.



Figur 3.11 Positionering av partners på fritiden

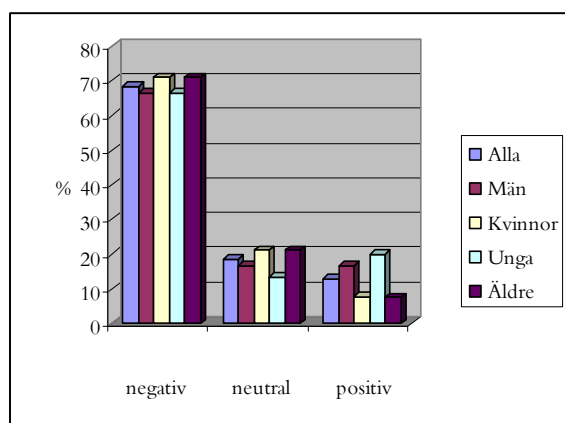
Figur 3.11 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Ungefär hälften av respondenterna i vardera grupp tar avstånd ifrån att partners ska kunna positionera varandra på fritiden. Gemensamt för de olika grupperna, förutom unga, var en successivt fallande svarsfrekvens från kategorin negativ till kategorin positiv. Unga var den grupp som var mest positiv till användningen av tjänsten. Kvinnor var mest negativ till denna tjänst. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.48, Män=2.65, Kvinnor=2.23, Unga=2.70 och Äldre=2.42.

Hypotes (6) Kvinnor tycker i mindre utsträckning att tjänsten mobil positionering ska användas för positionering av partners på fritiden jämfört med män ($p < .05$).

Reflektion; Troliga förklaringar till att respondenterna är relativt negativa till brukande av denna tjänst är att här handlar det inte om ett skyddande syfte utan om att kontrollera sin partner. Tjänsten kanske

missbrukas i situationer där partners inte litar på varandra. Ett förhållande borde bygga på tillit och denna form av övervakning kan därmed kränka en persons integritet. Egentligen handlar det om samma positioneringstjänst som i föregående scenario men det finns olika syften med tjänsterna. Detta kan vara en av anledningarna till den stora skillnaden i resultat mellan detta och föregående scenario.

Scenario till fråga 30; De anställda på ett företag har av sin arbetsgivare fått en mobiltelefon som *alltid* ska vara påslagen under arbetstid. Chefen kan nu se hur långa lunchraster du tar eftersom han exakt kan positionera dina rörelser. Han kan se på vilket matservering du lunchar på och hur länge du sitter där. På så sätt kan han komma åt de personer som har för vana att ta långa lunchraster. Dessutom kan han se om personalen gör egna privata ärenden under arbetstid, som t.ex. besöker systembolaget klockan två en fredag osv.



Figur 3.12 Positionering av anställda via mobiltelefon

Figur 3.12 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Oavsett kön och ålder var respondenterna negativt inställda till att arbetsgivaren ska kunna övervaka sina anställda via mobil positionering. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.09, Män=2.17, Kvinnor=1.98, Unga=2.13 och Äldre=2.02.

Reflektion; Här kan respondenterna uppfatta det som att arbetsgivaren inte litar på sina anställda och syftet med positionering i detta fall är att kontrollera sina anställdas förehavanden under arbetstid. Detta kan vara en av anledningarna till att grupperna är negativt inställda till denna form av positionering. Individerna vill antagligen inte känna sig ständigt kontrollerade under sin arbetstid. Slutsatsen är att det inte är acceptabelt att övervaka sina anställda via mobil positionering.

3.4 Kundkort

Tabell 3.5 Huruvida respondenterna var oroliga angående kundkortets användningsområde

Oro teknik	X	Frekvens i %				
		1	2	3	4	5
Registrering av inköp via kundkort	2.19	36.6	28.9	18.3	11.1	5.1
Direktadresserad reklam via kundkort	2.26	37.4	22.1	24.7	8.9	6.8
Sälja vidare info. via kundkort till 3:e part	3.37	12.8	12.8	23.4	26.4	24.7

Siffrorna visar svarsfrekvens i % för hur oroliga samtliga respondenter var för de olika aspekterna angående kundkortet (Se bilaga 1, fråga 21 23 och 25). Skalan gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning). Individerna var minst oroliga för registreringen av inköp via kundkort och mest oroliga för att information kan säljas vidare till 3:e part. Ungefär 50 % av

respondenterna var oroliga över (svarade 4 eller 5) att information kan säljas vidare till tredje part. Motsvarande siffra för de andra två användningsområdena var ungefär 16 %.

Reflektion; Enligt tabell 3.4 (bilaga 3) hade respondenterna störst kunskap om registrering av inköp via kundkort (ungefär 80 %) och minst kunskap om att information kan säljas vidare till 3:e part (50 %). Det visade sig att individerna är minst oroliga för registrering av inköp via kundkort och mest oroliga för att information kan säljas vidare till tredje part. Forskarna tror att det finns ett samband mellan kunskap och oro i detta fall. Respondenterna är inte särskilt oroliga för de två första aspekterna av kundkortet. Detta kan bero på att personer har skaffat sig ett kundkort och de vet om att t.ex. ICA kan registrera och behandla uppgifter om deras inköp. Däremot är de mer oroliga för att information säljs vidare till tredje part. Detta tror forskarna kan bero på att respondenterna inte vet vem denna tredje part är, individen tappar därmed kontroll på vem och hur denna information kommer att behandlas.

Tabell 3.6 Huruvida information via kundkort var integritetskränkande

	Män X	Män SD	Män n	Kvinnor X	Kvinnor SD	Kvinnor n	t-test
Enkät A	3.24	1.163	155	3.14	1.209	80	ns
Enkät B	3.03	1.267	72	3.02	1.276	52	ns

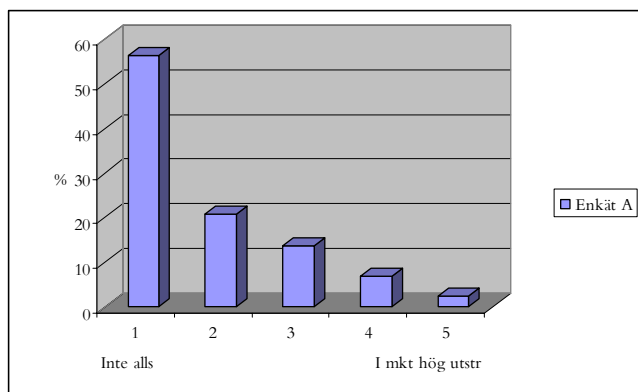
	Unga X	Unga SD	Unga n	Äldre X	Äldre SD	Äldre n	t-test
Enkät A	3.34	1.085	83	3.07	1.239	88	ns
Enkät B	3.17	1.147	30	2.96	1.220	52	ns

* P<.05 **p<.01 ns=not significant.

Medelvärde för alla individer i enkät A var 3.20, SD=1.177 och n=235. Motsvarande värden för enkät B var X=3.02, SD=1.265 och n=124.

Tabell 3.6 visar medelvärden (X), standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 27) och enkät B (bilaga 2, fråga 25). Skalan på denna fråga (angående hur integritetskränkande de tycker att informationsinsamlandet via kundkort är) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad). Medelvärdena för respektive grupp hade i princip liknande värde om en jämförelse görs mellan enkät A och enkät B. Dock hade grupperna i enkät B genomgående något lägre medelvärden än grupperna i enkät A.

Reflektion; Respondenterna finner kundkortet till viss del integritetskränkande. Informationen som kunderna får om hur kundkortet kommer att användas av t.ex. ICA är enligt författarna till stor del bristfällig. Enligt figur 3.13 (bilaga 3) så tycker ungefär 46 % av respondenterna att det är mycket viktigt att få reda på hur information kommer att användas. Forskarna framhäver att personen själv ska ge sitt samtycke till denna registrering och eventuell bearbetning av informationen som kan fås via kundkortet. Gemene man ska få veta konsekvenserna av att handla varor med sitt kundkort. Om individen samtycker till denna registrering så finner denna troligen inte detta som lika integritetskränkande som om motsatt förhållande råder. Däremot blir det förmodligen en större integritetskränkning om uppgifter säljs vidare till 3:e part. Enligt figur 3.14 (bilaga 3) så tycker ungefär 61 % av respondenterna att det är mycket viktigt att få kunskap om information om dem kommer att säljas vidare till 3:e part. Då individen handlar på t.ex. ICA med kundkort så förmodar individen att det är denna kommersiella organisation som kommer att registrera och behandla denna information. Det individen inte är medveten om är att andra kommersiella organisationer får tillgång till denna information. På detta sätt förlorar individen kontroll på vem som kommer att få information om dem förutom ICA.



Figur 3.13 Förändra sitt beteende gentemot kundkort

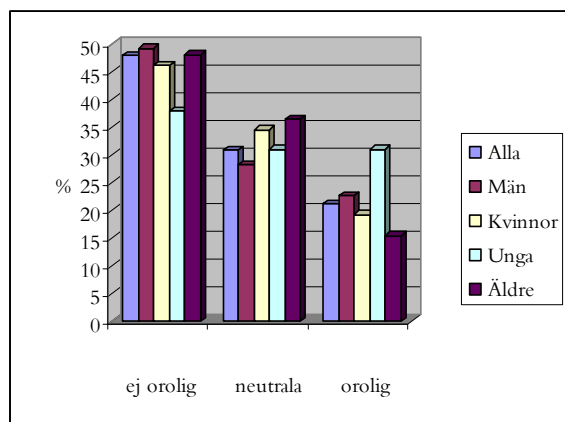
Här visas alla respondenters svar i enkät A på fråga 26 (se bilaga 1). Skalan gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning). Tendensen visade att de flesta inte kommer att ändra sitt beteende angående användandet av kundkortet. Om de respondenter som svarade med en 1 eller 2 slås ihop så var det cirka 72 % som inte kommer att förändra sitt beteende gentemot kundkort. Figuren visade på en successivt fallande svarsfrekvens. I enkät B svarade cirka 75 % av respondenterna att de inte kommer att ändra sitt beteende angående kundkortets användande. I enkät B så kunde respondenterna endast svara ja eller nej på denna fråga.

Reflektion; *Det kan konstateras att en stor del av respondenterna i undersökningen inte kommer att minska sitt användande av kundkortet på grund av den information som samlas inom om dem. Även om vissa respondenter upplevde denna tjänst i viss mån som kränkande så kanske nyttan med kundkortet övervägde den eventuella kränkningen.*

3.4.1 Scenarios angående kundkort i enkät B

Frågeställningen i samtliga scenarios var; I vilken utsträckning oroar det Dig att kundkortet kan användas på liknande sätt? Alla scenarios i enkät B har en skala mellan 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning) där endast ändpunkterna var definierade. I stapeldiagrammen, som beskriver svarsfrekvensen för de olika grupperna i %, gjorde forskarna en gruppering av de olika skalstegen till tre distinkta kategorier. I kategorin ej orolig ingick de respondenter som svarat med en 1 eller 2. De var inte oroliga för kundkortet kan användas på liknande sätt. I kategorin neutral ingick de som svarat med en 3. De var varken för eller emot denna tillämpning av kundkortet. I kategorin orolig ingick de som svarat med en 4 eller 5. De var oroliga till att kundkortet ska kunna användas på liknande sätt.

Scenario till fråga 20; Familjen Larsson har ett ICA kort som de använder regelbundet. Via inköpen de gör kan ICA få reda på en hel del om familjens konsumtionsvanor. ICA kan se att en i familjen troligtvis är glutenallergiker, minst en i familjen röker samt att familjen troligen har barn eftersom de inhandlar barnmat samt blöjor.

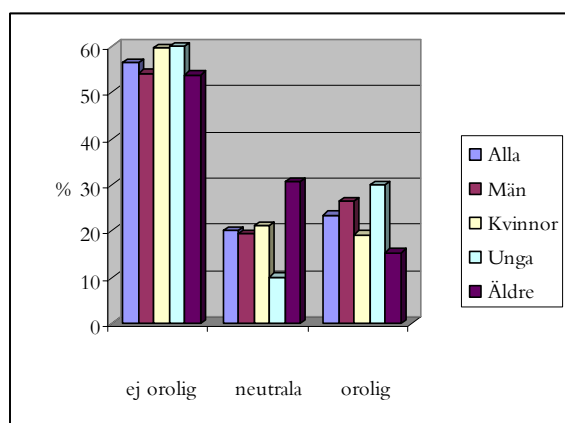


Figur 3.14 Registrering av köpvanor via kundkort

Figur 3.14 visar frekvens i % för samtliga grupper hur oroliga de är att kundkortet kan användas på liknande sätt. Figuren visade att ungefär hälften av individerna i respektive grupp var inte oroliga över att t.ex. ICA kan registrera deras inköp, undantaget var gruppen unga där ungefär 37 % inte var oroliga. Den grupp som var mest orolig för denna registrering var de unga (cirka 30 %). Endast 15 % av de äldre var oroliga för denna registrering av köpvanor. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.63, Män=2.68, Kvinnor=2.58, Unga=3.00 och Äldre=2.54.

Reflektion; Forskarna tycker det är frapperande att ungefär 45 % av respondenterna (för vardera grupp förutom unga) inte är speciellt oroliga över att deras konsumtionsvanor kartläggs. Dels kan detta bero på att individerna har stor kunskap om att deras inköp registreras och dels att information om vilka matvaror de handlar inte är speciellt integritetskränkande. Men trots allt är det cirka 20 % av respondenterna som finner detta som ett problem.

Scenario till fråga 21a; En matvarukedja skickar ut direktadresserad reklam till sina kunder med kundkort. Lisa och Kalle tycker detta är bra eftersom de får rabatt-erbjudanden på tacos produkter samt ett specifikt kaffemärke. De uppskattar detta eftersom de ofta köper dessa varor.

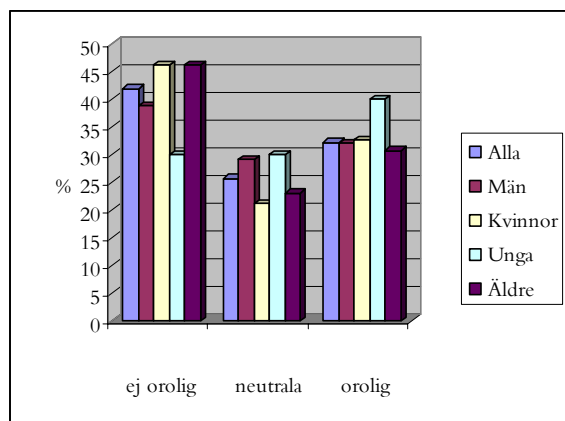


Figur 3.15 Reklam på ej så personliga varor

Figur 3.15 visar frekvens i % för samtliga grupper hur oroliga de är att kundkortet kan användas på liknande sätt. Mellan 55 och 59 % av individerna i vardera grupp var inte speciellt oroliga över att få direktadresserad reklam på basis av deras handlande. Ungefär 28 % av de unga var oroliga över att få direktadresserad reklam. Däremot var det endast cirka 14 % av de äldre som var oroliga över detta. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.48, Män=2.60, Kvinnor=2.33, Unga=2.67 och Äldre=2.40

Reflektion; Respondenterna är inte speciellt oroliga över att de får direktadresserad reklam på basis av vad de handlar. I detta scenario kan det bero på att individerna är positivt inställda till att de får diverse rabatterbjudanden. Nyttan för individen är troligtvis större än kränkningen i detta fall. Det vill säga om konsumenten får rabatterbjudanden på varor som de köper ofta så är detta positivt. Även i detta scenario är det gruppen unga som är mest orolig över att få personlig reklam på basis av vad de handlar.

Scenario till fråga 21b; En matvarukedja skickar ut direktadresserad reklam till sina kunder med kundkort. Nils och Petra anser att detta är lite känsligt eftersom de ofta får rabatterbjudanden om en viss sorts mjällschampo samt om olika dietprodukter. De har problem med sina hårbottnar samt de är överviktiga.



Figur 3.16 Reklam på personliga varor

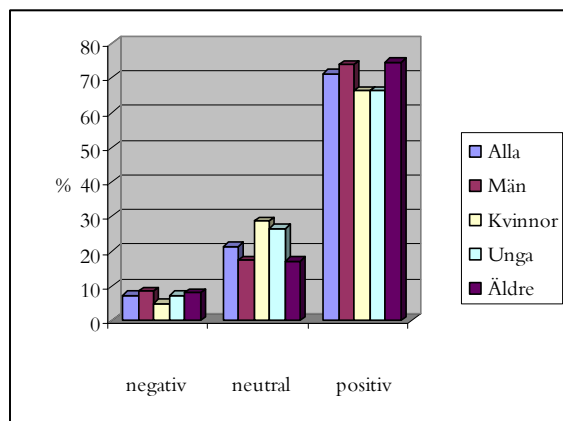
Figur 3.16 visar frekvens i % för samtliga grupper hur oroliga de är att kundkortet kan användas på liknande sätt. Alla grupper, förutom unga, uppvisade liknande tendens; mellan 38 och 45 % var inte oroliga över att de får reklam på personliga varor. Svarefrekvensen minskar till kategorin neutrala för att sedan öka till kategorin orolig. Unga är den grupp som är mest orolig över att få reklam om personliga varor på basis på den information som finns tillgänglig om dem jämfört med övriga grupper. Minst orolig var kvinnor och äldre. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.85, Män=2.96, Kvinnor=2.71, Unga=3.17 och Äldre=2.77

Reflektion; Jämfört med föregående scenario var det fler respondenter som var oroliga över att få direkt adresserad reklam på basis av deras inköp. Här erhåller personer reklam av mer känslig art som kan vara mer integritetskränkande för dem. Reklamerbjudandens karaktär kan avgöra integritetsupplevelsen. Det är antagligen en skillnad på att få rabatt på tomater eller bantningsmedel. Fler i gruppen unga var oroliga över detta jämfört med föregående scenario. Detta tror forskarna beror på att unga människor känner ett större tryck från samhällets/medias ideal. Kanske har unga en lägre självkänsla än äldre människor vilket kan påverka eller öka sårbarheten i kontakten med känslig reklam.

3.5 Scenarios angående övervakning från enkät A

Frågeställningen i samtliga scenarios var; I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer? Alla scenarios i enkät A hade en skala mellan 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning) där endast ändpunkterna var definierade. I stapeldiagrammen, som beskrev svarsfrekvensen för de olika grupperna i %, gjorde forskarna en gruppering av de olika skalstegen till tre distinkta kategorier. I kategorin *negativ* ingick de respondenter som svarat med en 1 eller 2. De tog avstånd ifrån att tekniken ska kunna användas i den situation som beskrevs i scenariot. I kategorin *neutral* ingick de som svarat med en 3. De var varken för eller emot denna tillämpning av tekniken. I kategorin *positiv* ingick de som svarat med en 4 eller 5. De var positivt inställda till att tekniken ska kunna användas på liknande sätt.

Scenario till fråga 30a; Sven 77 år har under den senaste tiden blivit allt mer förvirrad. Han har en tendens att glömma saker och då han går ut på egen hand hittar han sällan tillbaka till sin bostad. Hans två barn vill nu att han ska förses med ett elektroniskt armband som innebär att hans position alltid kan fastställas. Barnen tror att detta leder till en ökad säkerhet för Sven.



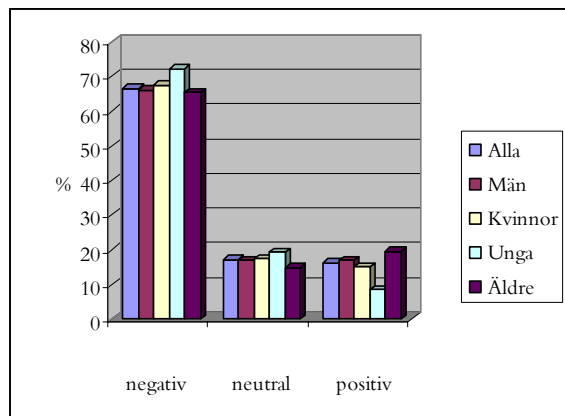
Figur 3.17 Övervakning med elektroniska armband när anhörig bestämmer

Figur 3.17 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning äldre ska övervakas med elektroniska armband. Majoriteten i vardera grupp var positivt inställda till övervakning via elektroniska armband när de anhöriga får bestämma att denna teknik ska användas. Enligt medelvärdena var gruppen unga minst positiva till denna form av övervakning och äldre var den grupp som var mest positiva till denna teknik. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=4.02, Män=4.03, Kvinnor=4.01, Unga=3.86 och Äldre=4.11

Hypotes (7) Äldre tycker i högre utsträckning att förvirrade äldre ska förses med ett elektroniskt armband, så deras position kan fastställas, jämfört med yngre ($p < .05$).

Reflektion; Denna övervakning har ett positivt syfte genom att skydda de personer som t.ex. är senildementa. Dessutom är det de anhöriga som har tagit beslut om detta. Därför anser förmodligen grupperna att denna form av övervakning är relativt acceptabel. Elektroniska armband kan endast ge information om var en individ befinner sig. Eftersom de senildementa i stor utsträckning bor i ett ålderdomshem och ofta inte rör sig utanför detta så kommer tjänsten troligtvis endast att användas vid nödsituationer. Äldre tycker i högre grad än unga att äldre ska förses med armband. Detta tror forskarna beror på att äldre individer har lättare att sätta sig in i denna situation. De kanske har föräldrar som är i denna situation och på så sätt känner en större oro över sina nära än vad de unga gör.

Scenario till fråga 30b; Dessutom vill Svens anhöriga att övervakningskameror installeras i hans rum så att de via Internet kan se dygnet runt vad han gör. Barnen tror att detta innebär en ökad säkerhet för Sven.

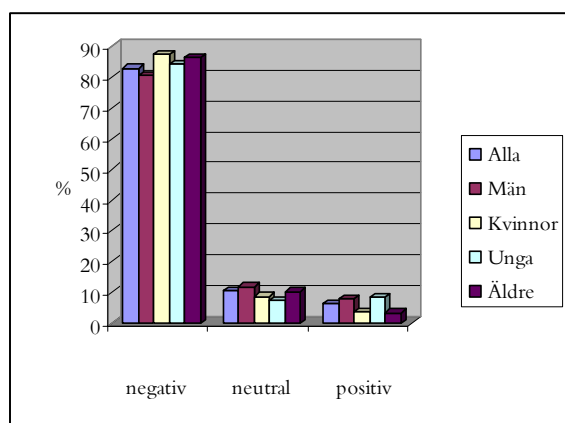


Figur 3.18 Övervakning med elektroniska armband, samt övervakningskameror när anhörig bestämmer

Figur 3.18 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning äldre ska övervakas via elektroniska armband samt kameror. Majoriteten i vardera grupp var negativt inställda till övervakning via elektroniska armband samt kameror när de anhöriga får bestämma att denna teknik ska införas. Enligt medelvärdena samt figuren var gruppen unga mest negativa till denna form av övervakning medan äldre samt män var de grupper som var mest positiva till denna teknik. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.24, Män=2.29, Kvinnor=2.15, Unga=2.06 och Äldre=2.29.

Reflektion; Denna övervakning har ett positivt syfte genom att skydda de personer som är t.ex. senildementa. Dessutom är det anhöriga som har tagit beslut om detta. Men om en jämförelse görs med föregående scenario så anses denna övervakning som mycket mindre acceptabel. Denna skillnad beror troligen på att här övervakas individer dygnet runt med övervakningskameror. De äldre får därigenom inget privatliv. I det tidigare scenariot så erhålls endast tillgången till en individs position. Genom kameraövervakning så kan mycket mer information fås om de övervakade. Den positiva fördelen med ökad säkerhet överväger inte längre kränkningen av den personliga sfären. Därmed tar respondenterna avstånd ifrån övervakning med kameror av senildementa.

Scenario till fråga 32; Ett företag har infört ett nytt övervakningssystem. På arbetsplatsen finns det övervakningskameror som övervakar de anställdas aktiviteter. Alla tangentnedtryckningar som de anställda utför registreras etc. Anders och Johan jobbar på samma företag och med liknande arbetsuppgifter. Anders tycker övervakningssystemet är bra eftersom det ökar produktiviteten och leder till att man "skärper sig". De som presterar bra har därigenom större möjlighet att bli "belönade" vid nästa löneförhandling. Johan tycker däremot att övervakningen är ett störande och stressande moment. Han menar att man känner sig bevakad och kontrollerad hela tiden och att detta leder till att man får en sådan press på sig att det blir svårt att prestera sitt yttersta.



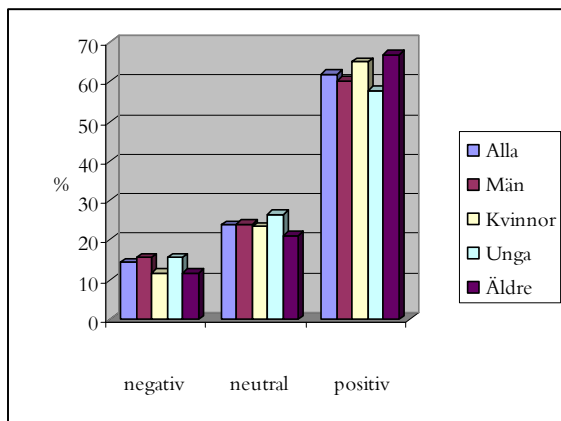
Figur 3.19 Övervakning av de anställda

Figur 3.19 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning anställda ska övervakas. Minst 80 % av respondenterna i samtliga grupper tog avstånd ifrån denna form av övervakning. Figuren och medelvärden visade att äldre är den grupp som var mest negativ till denna form av övervakning. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=1.58, Män=1.63, Kvinnor=1.50, Unga=1.67 och Äldre=1.40.

Hypotes (8) Äldre vill i mindre utsträckning att de övervakas på arbetsplatsen jämfört med yngre ($p < .05$).

Reflektion; I detta scenario tar en stor majoritet av respondenterna avstånd ifrån att arbetsgivaren övervakar de anställda. De negativa aspekterna med denna övervakning väger tyngre än de positiva aspekterna. Denna form av övervakning anses förmodligen som en stressande faktor på en arbetsplats. Galleta (2000) framhäver i sin forskning att det finns en svag koppling mellan stress och övervakning på arbetsplats. Men övervakning kan inte ensamt förklara stress på arbetsplatsen. Individerna kan också känna sig hämmad då de ständigt är övervakade. Individer vill helt enkelt inte bli övervakade och kontrollerade på sin arbetsplats. Kanske beror detta till viss del på att individer inte är vana att bli övervakade då de arbetar och om de skulle bli övervakade skulle detta uppfattas som en onaturlig situation för dem. Denna form av övervakning ses antagligen mer som en 'piska' än en 'morot'. För att motivera de anställda ska inte påtryckning i form av övervakning, vara ett medel för att nå önskad effekt. Äldre vill i mindre utsträckning att de övervakas på arbetsplatsen jämfört med unga. Anledningen till detta kan vara att de har större arbetslivserfarenhet och har en starkare uppfattning om hur det bör vara på en arbetsplats.

Scenario till fråga 33; Under den senaste tiden har alla taxibolag i en mellanstorstad i Sverige installerat övervakningskameror i sin taxibilar pga. det ökade våldet mot taxichaufförerna. Två månader senare så finns det delade åsikter angående detta bland de involverade (t.ex. taxichaufförerna och passagerarna). De som finner övervakningen positiv menar att våldet mot taxichaufförerna har minskat samt att färre personer smiter ifrån betalningen. Detta medför en ökad säkerhetskänsla. Motståndarna mot detta anser att det är obehagligt att bli övervakad då man åker taxi. De vet inte vem som har tillgång till det inspelade materialet eller hur länge detta sparas i databaser.

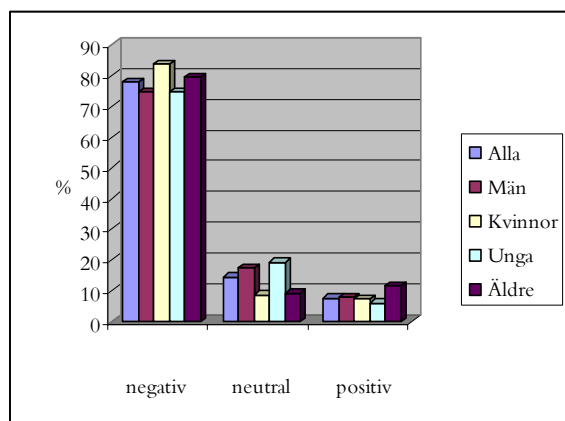


Figur 3.20 Övervakningskameror i taxibilar

Figur 3.20 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning övervakningskameror ska kunna användas i taxibilar. Majoriteten av individerna oavsett grupp var positivt inställda till att taxibilar har övervakningskameror. Äldre och kvinnor var mest positiva till denna form av övervakning. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=3.74, Män=3.69, Kvinnor=3.83, Unga=3.63 och Äldre=3.86.

Reflektion; Syftet med denna övervakning är framförallt att ge en ökad trygghetskänsla både för taxitaxichauffören och för passageraren. Därför finner respondenterna förmodligen detta som acceptabelt ur integritetssynpunkt. Nyttan med övervakningen överväger den eventuella kränkningen. Dessutom är det under en relativt kort tid som passageraren är övervakad i taxibilen. En liten del av respondenterna tar dock avstånd ifrån att bli filmade i taxibilarna. En anledning till detta kan vara att de inte vet vem som får tillgång till det inspelade materialet samt hur länge detta kommer att sparas.

Scenario till fråga 34; En butik som säljer kläder har infört övervakningskameror i provhytterna. Detta för att komma åt problemet med att det stjäls så mycket varor. Greta anser att butiken har rätt att införa övervakningskameror i provhytterna eftersom problemet med stölderna måste lösas. Hon bryr sig inte om att hon filmas då hon provar kläder eftersom det är för butikens bästa. Greta är övertygad om att butiken hanterar övervakningsmaterialet på ett diskret sätt. Anna däremot tycker inte alls om att någon filmar henne då hon byter om. Hon upplever detta som obehagligt. Dessutom vet hon inte hur det inspelade materialet kommer att hanteras. Kanske någon obehörig kan få tag i detta och lägger ut detta på nätet? Anna tycker att butiken kan lösa problemet med snatteriet på ett annat sätt.



Figur 3.21 Övervakningskameror i provhytt

Figur 3.21 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning övervakningskameror ska kunna användas i provhytter. Majoriteten av individerna i de olika grupperna tog starkt avstånd ifrån att övervakningskameror finns i provhytter. Kvinnor är den grupp som tog mest avstånd ifrån denna typ av övervakning. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=1.76, Män=1.84, Kvinnor=1.60, Unga=1.81 och Äldre=1.78.

Hypotes (9) Kvinnor tycker i mindre utsträckning att övervakningskameror ska finnas i provhytter jämfört med män ($p < .05$).

Reflektion; Syftet med denna övervakning i en provhytt är att förhindra stölder av kläder i butikerna. De flesta individer vill dock inte bli filmade i en sådan intim situation som när de provar kläder. Alltså nyttan för den enskilda individen överväger inte den eventuella kränkningen av den personliga sfären. Butikens behov av att minska stölderna rättfärdigar inte att de får övervaka kunderna då de provar kläder. Individerna har heller inte någon kontroll över hur det filmade materialet kommer att hanteras. De flesta människor vill antagligen inte att någon okänd person ska ha möjlighet att kunna se då de byter om. Många tycker nog att butiken ska lösa problemet på ett annat sätt. Kvinnor tog större avstånd ifrån denna typ av övervakning jämfört med män. En anledning kan vara att kvinnokroppen är mer 'laddad', kanske genom påverkan från den bild som media ger. Budskapet är att kvinnors kropp ska formas till att vara så perfekt som möjligt, vilket kan leda till att många upplever en osäkerhet gällande om deras kropp uppfyller de ideal som finns. Detta överensstämmer till viss del med McKennas (2000) forskning som visar att individers attityder kan påverkas av upprepad information från massmedia. Syftet med provhytter är till viss del att ge individer ett avskilt område där de kan prova kläder utan att någon obehörig kan se vad de gör. Men om det finns övervakningskameror där så försvinner delvis syftet med dessa.

3.6 Tillgång/missbruk av tekniken

Tabell 3.7 Vilka aktörer ska ha tillgång till informationen på Internet

Tillgång	Grupp	Enkät A				Enkät B			
		X	SD	n	t-test	X	SD	n	t-test
Din familj	Alla	2.36	1.397	236		2.12	1.206	129	
	Man	2.31	1.380	156	man-kvinna	2.12	1.233	76	man-kvinna
	Kvinna	2.46	1.432	80	ns	2.13	1.177	53	ns
	Unga	1.90	1.246	83	unga<äldre	1.90	1.125	30	unga-äldre
	Äldre	2.84	1.484	89	**	2.13	1.248	55	ns
Arbetsgivare	Alla	1.86	1.146	236		2.36	1.217	129	
	Man	1.80	1.121	156	man-kvinna	2.21	1.056	75	man-kvinna
	Kvinna	1.98	1.190	80	ns	2.56	1.396	54	ns
	Unga	1.72	0.979	83	unga-äldre	2.20	1.064	30	unga-äldre
	Äldre	1.96	1.215	89	ns	2.42	1.287	55	ns
Kom. org.	Alla	1.38	0.783	235		1.62	0.866	126	
	Man	1.37	0.772	156	man-kvinna	1.69	0.885	75	man-kvinna
	Kvinna	1.39	0.807	79	ns	1.51	0.834	51	ns
	Unga	1.31	0.731	83	unga-äldre	1.93	1.132	29	unga-äldre
	Äldre	1.39	0.794	88	ns	1.53	0.696	53	ns
Myndigheter	Alla	2.25	1.311	235		2.03	1.091	127	
	Man	2.07	1.264	155	män<kvinnor	2.03	1.158	74	man-kvinna
	Kvinna	2.60	1.337	80	**	2.04	0.999	53	ns
	Unga	2.40	1.297	83	unga-äldre	2.37	1.273	30	äldre<unga
	Äldre	2.17	1.290	89	ns	1.89	0.984	54	*

* P<.05 **p<.01 ns=not significant.

Tabell 3.7 visar medelvärden (X), standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna alla, män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 12) och enkät B (bilaga 2, fråga 13). Skalan på denna fråga (I vilken grad tycker du att följande aktörer ska ha tillgång till information som Du lämnar efter dig vid användandet av Internet) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad).

I enkät A och B skiljde sig medelvärdena till en viss del åt mellan de olika aktörerna. Anmärkningsvärt var dock de låga siffrorna som framkommit inom alla grupper i de båda enkäterna. Respondenterna tyckte inte att någon ska ha tillgång till denna information.

Respondenterna i enkät A ansåg att de som helst ska få tillgång till den information som de lämnar efter sig på Internet var deras egen familj, om någon alls måste få tillgång till denna. Efter detta följer myndigheter, arbetsgivare och allra minst vill respondenterna att kommersiella organisationer ska få tillgång till informationen om dem. Resultatet i enkät A påvisade också att unga var betydligt mer negativt inställda till att deras familj ska få tillgång till information om dem via Internet jämfört med de äldre. För aktörerna arbetsgivare och kommersiella organisationer fanns det inte någon större skillnad mellan de olika gruppernas svar. Däremot tog män mer avstånd ifrån att myndigheter skulle få tillgång till information om dem via Internet jämfört med kvinnor.

Respondenterna i enkät B ansåg att de som helst ska få tillgång till den information som de lämnar efter sig på Internet var deras arbetsgivare. Efter detta följer deras familj, myndigheter och allra minst ville respondenterna att kommersiella organisationer skulle få tillgång till informationen om dem. Resultatet i enkät B påvisade också att för aktörerna din familj och arbetsgivare fanns det inte någon större skillnad mellan de olika grupperna i deras svar. Det var relativt stor skillnad mellan unga och äldre angående aktören kommersiella organisationen. Gruppen unga tog mer avstånd ifrån denna aktör jämfört med de äldre.

Signifikanta hypoteser i enkät A

Hypotes (10) Unga tycker i lägre grad att deras familj ska ha tillgång till information som fås via Internet jämfört med äldre ($p < .01$).

Hypotes (11) Män tycker i lägre grad att myndigheter ska ha tillgång till information om dem via Internet jämfört med kvinnor ($p < .01$).

Signifikanta hypoteser i enkät B

Hypotes (12) Äldre tycker i lägre grad att myndigheter ska få tillgång till den information som fås om dem via Internet jämfört med unga ($p < .05$).

Reflektion; Generellt kan sägas att respondenterna inte vill att någon utav aktörerna ska få tillgång till information om dem via Internet. Respondenterna finner att informationen som fås via Internet är så pass personlig att de inte vill att någon annan aktör ska få tillgång till denna. Dessutom finns det heller inga klara fördelar med detta för den enskilda individen. Det blir därmed ett intrång i den personliga sfären som respondenterna inte accepterar. Rangordningen påvisar att individerna, i de båda enkäterna, tar mest avstånd ifrån att kommersiella organisationer ska få denna tillgång. Denna attityd sammanfaller med det tidigare resultatet i denna undersökning dvs. respondenterna är emot datamining och dess konsekvenser för dem personligen samt de var mest orolig för denna Internetteknik. Datamining är något som endast kommersiella organisationer sysslar med. Det är frapperande att respondenterna i enkät B i störst grad vill att arbetsgivaren ska få denna tillgång. Eftersom enkät A består av fler respondenter så kanske detta resultat är mer trovärdigt.

Tabell 3.8 Vilka aktörer kan missbruka informationen på Internet

Missbruk	Grupp	Enkät A				Enkät B			
		X	SD	n	t-test	X	SD	n	t-test
Din familj	Alla	1.77	0.957	235		1.83	1.006	127	
	Man	1.80	0.980	156	man-kvinna	1.92	1.070	74	man-kvinna
	Kvinna	1.70	0.911	79	ns	1.72	0.907	53	ns
	Unga	1.90	0.924	82	äldre<unga	1.93	1.112	30	unga-äldre
	Äldre	1.53	0.785	89	**	1.76	0.950	54	ns
Arbetsgivare	Alla	2.83	1.224	234		3.06	1.167	127	
	Man	2.86	1.230	155	man-kvinna	3.15	1.167	74	man-kvinna
	Kvinna	2.77	1.219	79	ns	2.94	1.167	53	ns
	Unga	2.95	1.196	82	äldre<unga	3.37	1.129	30	unga>äldre
	Äldre	2.61	1.144	89	*	2.89	1.127	54	*
Kom. org.	Alla	4.11	1.105	236		4.14	1.002	126	
	Man	4.12	1.160	156	man-kvinna	3.95	1.071	74	kvinna>man
	Kvinna	4.09	0.996	80	ns	4.42	0.825	52	**
	Unga	4.22	1.060	83	unga-äldre	4.23	0.898	30	unga-äldre
	Äldre	4.03	1.071	89	ns	4.21	0.948	53	ns
Myndigheter	Alla	2.94	1.264	236		2.94	1.178	126	
	Man	2.99	1.265	156	man-kvinna	2.97	1.205	74	man-kvinna
	Kvinna	2.85	1.264	80	ns	2.88	1.149	52	ns
	Unga	2.99	1.163	83	unga-äldre	3.17	1.020	30	unga-äldre
	Äldre	2.80	1.316	89	ns	2.81	1.210	53	ns

* $P < .05$ ** $p < .01$ ns=not significant.

Tabell 3.8 visar medelvärden (X), standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna alla, män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 13) och enkät B (bilaga 2, fråga 14). Skalan på denna fråga (I vilken grad tror du att följande aktörer kan missbruka den information som Du lämnar efter dig vid användandet av Internet) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad).

I enkät A och B skiljde sig inte medelvärdena för de olika aktörerna markant åt mellan de olika grupperna.

Respondenterna i enkät A ansåg att de som i minst grad kommer att missbruka informationen som de lämnar efter sig på Internet var deras egen familj. Efter detta följde arbetsgivare, myndigheter och i högst grad trodde respondenterna att kommersiella organisationer kan missbruka denna information. Resultatet i enkät A påvisade att äldre trodde i mindre grad att deras familj kan missbruka informationen om dem som kan fås via Internet jämfört med de unga. Äldre ansåg i mindre grad att arbetsgivaren kan missbruka information om dem jämfört med unga.

Respondenterna i enkät B ansåg att de som i minst grad kommer att missbruka informationen som de lämnar efter sig på Internet var deras egen familj. Efter detta följer myndigheter, arbetsgivare och i högst grad trodde respondenterna att kommersiella organisationer kan missbruka denna information. Resultatet i enkät B påvisade att unga trodde i högre grad att arbetsgivaren kan missbruka informationen om dem som kan fås via Internet jämfört med de äldre. Kvinnor ansåg i högre grad att kommersiella organisationer kan missbruka information om dem jämfört med män.

Signifikanta hypoteser i enkät A

Hypotes (13) Äldre tror att deras familj i mindre grad kan missbruka informationen som fås om dem via Internet jämfört med unga ($p < .01$).

Hypotes (14) Äldre tror att arbetsgivare i mindre grad kan missbruka informationen som fås om dem via Internet jämfört med unga ($p < .05$).

Signifikanta hypoteser i enkät B

Hypotes (15) Unga tror i högre grad att arbetsgivaren kan missbruka den information som fås om dem via Internet jämfört med äldre ($p < .05$).

Hypotes (16) Kvinnor tror i högre grad att kommersiella organisationer kan missbruka den information som fås om dem via Internet jämfört med män ($p < .01$).

Reflektion; *Genomgående anser respondenterna oavsett enkät att kommersiella organisationer kan missbruka informationen om dem via Internet. Detta resultat kan ses som logiskt eftersom denna aktör i störst grad försöker samla in information i syfte att kartlägga hur privat personer agerar på Internet. Genom denna information kan de sedan t.ex. skraddarsy den reklam som de skickar ut till lämpliga målgrupper. Oftast sker denna kartläggning utan att individers samtycke samt de saknar kontroll över hur information om dem bearbetas. Utifrån detta är det inte underligt att respondenterna tar avstånd ifrån denna kartläggning som de kommersiella organisationerna gör. Däremot var respondenterna relativt neutrala i sin uppfattning om huruvida arbetsgivare och myndigheter kommer att missbruka denna information. En arbetsgivare som missbrukar övervakningen av de anställda kommer troligen att väcka ett ramaskri om de anställda får reda på detta. Hur skulle denna aktör försvara detta tilltag? En arbetsgivare eller en myndighet måste följa de lagrum eller normer som finns. Det finns en risk att arbetsgivare eller en myndighet kan missbruka informationen men denna risk verkar inte vara överhängande enligt respondenternas svar. Respondenterna tror inte att deras familj kommer att missbruka information om dem. Forskarna anser att det är självklart att personer inom samma familj inte ska missbruka information om en annan familjemedlem. Det är en grundläggande värdering som de flesta individer håller med om. Om individen inte kan lita på deras egen familj vem kan då man lita på? Respondenterna i de båda enkäterna har relativt lika attityder angående vilka aktörer som kommer/kommer inte att missbruka informationen om dem.*

Tabell 3.9 Vilka aktörer ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering

Tillgång	Grupp	Enkät A				Enkät B			
		X	SD	n	t-test	X	SD	N	t-test
Din familj	Alla	3.35	1.301	236		3.06	1.181	124	
	Man	3.37	1.350	156	man-kvinna	2.97	1.150	72	man-kvinna
	Kvinna	3.30	1.205	80	ns	3.19	1.221	52	ns
	Unga	3.06	1.319	83	äldre>unga	2.83	1.053	30	unga-äldre
	Äldre	3.69	1.212	89	**	3.08	1.153	52	ns
Arbetsgivare	Alla	1.99	1.262	235		1.93	1.068	124	
	Man	2.10	1.300	155	kvinna<man	2.06	1.086	72	man-kvinna
	Kvinna	1.76	1.161	80	*	1.75	1.027	52	ns
	Unga	1.80	1.079	83	unga-äldre	1.73	1.015	30	unga-äldre
	Äldre	2.07	1.302	88	ns	1.98	1.075	52	ns
Kom. org.	Alla	1.51	0.971	235		1.80	0.883	124	
	Man	1.61	1.029	155	kvinna<man	1.85	0.883	72	man-kvinna
	Kvinna	1.34	0.826	80	*	1.73	0.888	52	ns
	Unga	1.42	0.871	83	unga-äldre	1.73	0.785	30	unga-äldre
	Äldre	1.53	0.970	88	ns	1.90	0.934	52	ns
Myndigheter	Alla	2.84	1.530	234		3.41	1.331	124	
	Man	2.74	1.542	154	man-kvinna	3.29	1.347	72	man-kvinna
	Kvinna	3.04	1.496	80	ns	3.58	1.304	52	ns
	Unga	2.95	1.473	82	unga-äldre	3.17	1.315	30	unga-äldre
	Äldre	2.74	1.594	88	ns	3.37	1.344	52	ns

* P<.05 **p<.01 ns=not significant.

Tabell 3.9 visar medelvärden (X), standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna alla, män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 18) och enkät B (bilaga 2, fråga 39). Skalan på denna fråga (I vilken grad tycker du att följande aktörer ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad).

För aktören arbetsgivaren skilde sig inte medelvärdet nämnvärt åt mellan enkäterna. Däremot fanns det skillnader i medelvärde mellan de övriga aktörerna.

Respondenterna i enkät A ansåg att de som ska få tillgång till informationen via mobil positionering om dem är deras familj. Efter detta följde, myndigheter, arbetsgivare och allra minst ville respondenterna att kommersiella organisationer ska få tillgång till deras position. Grupperna, i enkät A, var relativt positivt inställda till att deras familj ska få tillgång till information om dem via mobil positionering. Resultatet i enkät A påvisade också att äldre var betydligt mer positivt inställda till att deras familj ska få tillgång till denna information jämfört med yngre. Kvinnor var mer negativt inställda till att arbetsgivaren och kommersiella organisationer ska kunna positionera dem jämfört med män.

Respondenterna i enkät B ansåg att de som helst ska få tillgång till informationen via mobil positionering om dem är myndigheter. Efter detta följde deras familj, arbetsgivare och allra minst vill respondenterna att kommersiella organisationer ska få tillgång till deras position. Grupperna, i enkät B, var relativt positivt inställda till att myndigheter och deras familj ska få tillgång till information om dem via mobil positionering. Det fanns ingen signifikant skillnad mellan kön- och åldersgrupperna gentemot de olika aktörerna i enkät B.

Signifikanta hypoteser i enkät A

Hypotes (17) Äldre tycker i högre grad att deras familj ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering jämfört med unga (p<.01).

Hypotes (18) Kvinnor tycker i lägre grad att arbetsgivare ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering jämfört med män ($p < .05$).

Hypotes (19) Kvinnor tycker i lägre grad att kommersiella företag ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering jämfört med män ($p < .05$).

Reflektion; *Generellt kan sägas att respondenterna, i de båda enkäterna, inte vill att arbetsgivaren och kommersiella organisationer ska få tillgång till deras geografiska position. En bidragande orsak till att arbetsgivaren inte ska ha tillgång till de anställdas position kan vara att de uppfattar detta som att denna aktör vill kontrollera dem. De skulle helt enkelt förlora en del av sin frihet i jobbet. Detta kan antagligen väcka obehagskänslor hos individen eftersom de ständigt skulle bevakas. Däremot var respondenterna relativt positiva till att deras familj och myndigheter kan få denna tillgång. Anledning till att respondenterna var mer positiva i enkät B jämfört med enkät A när det gäller myndigheter kan vara att det fanns scenarier som beskrev både fördelarna och nackdelarna med denna tjänst. Det finns en stor fördel, för den enskilda individen, i att myndigheter har en möjlighet att positionera en individ vid t.ex. en nödsituation. Det har i rapporten visat sig att respondenterna är positiva till att personer i nöd ska kunna positioneras. Det finns även positiva fördelar med att deras familj kan se var en familjemedlem befinner sig, det kan i vissa situationer vara praktiskt. Det finns en egen nytta när det gäller att familjen eller myndigheter ska få tillgång till en individs position som kanske inte finns gällande arbetsgivaren eller kommersiella organisationer. Det är individen själv som vinner fördelar med tjänsten och inte tvärtom. Kanske är det så att trygghetskänslan blir viktigare än den eventuella obehagskänslan som kan uppstå då en individ blir positionerad. Därför kan det bli mer acceptabelt att myndigheter och familjen ska få denna tillgång.*

Tabell 3.10 Vilka aktörer kan missbruka tjänsten mobil positionering

Missbruk	Grupp	Enkät A				Enkät B			
		X	SD	n	t-test	X	SD	n	t-test
Din familj	Alla	1.47	0.828	235		1.89	1.068	124	
	Man	1.57	0.911	155	kvinnan < man	1.96	1.027	72	man-kvinna
	Kvinna	1.28	0.595	80	**	1.79	1.126	52	ns
	Unga	1.66	0.954	83	äldre < unga	2.13	1.137	30	unga-äldre
	Äldre	1.24	0.567	88	**	1.75	0.988	52	ns
Arbetsgivare	Alla	2.59	1.338	235		3.26	1.312	124	
	Man	2.59	1.303	155	man-kvinna	3.19	1.349	72	man-kvinna
	Kvinna	2.58	1.412	80	ns	3.35	1.266	52	ns
	Unga	2.87	1.286	83	äldre < unga	3.73	1.230	30	unga > äldre
	Äldre	2.24	1.250	88	**	3.10	1.272	52	*
Kom. org.	Alla	3.72	1.370	235		3.92	1.113	123	
	Man	3.73	1.393	155	man-kvinna	3.85	1.146	72	man-kvinna
	Kvinna	3.71	1.333	80	ns	4.02	1.068	51	ns
	Unga	3.80	1.350	83	unga-äldre	4.20	0.805	30	unga > äldre
	Äldre	3.50	1.381	88	ns	3.78	1.137	51	*
Myndigheter	Alla	2.54	1.270	234		2.61	1.254	124	
	Man	2.56	1.288	154	man-kvinna	2.61	1.273	72	man-kvinna
	Kvinna	2.51	1.243	80	ns	2.62	1.239	52	ns
	Unga	2.50	1.250	82	unga-äldre	2.87	1.106	30	äldre < unga
	Äldre	2.44	1.192	88	ns	2.38	1.239	52	*

* $P < .05$ ** $p < .01$ ns = not significant.

Tabell 3.10 visar medelvärden (X), standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 19) och enkät B (bilaga 2, fråga 40). Skalan på denna fråga (I vilken grad tror du att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad).

Generellt ansåg respondenterna i enkät B att mobil positionering kan missbrukas i högre grad jämfört med respondenterna i enkät A.

Respondenterna i enkät A ansåg att de som i minst grad kommer att missbruka tjänsten mobil positionering är deras familj. Efter detta följer myndigheter, arbetsgivare och i högst grad trodde respondenterna att kommersiella organisationer kan missbruka denna tjänst. Resultatet i enkät A påvisade också att kvinnor trodde i mindre grad att deras familj kommer att missbruka informationen om dem jämfört med män. Dessutom trodde äldre i mindre grad att deras familj kommer att missbruka informationen om dem jämfört med de yngre. Angående aktören arbetsgivare så ansåg äldre att denna kommer i mindre grad att missbruka information som fås om dem via mobil positionering jämfört med yngre.

Respondenterna i enkät B ansåg att de som i minst grad kommer att missbruka tjänsten mobil positionering är deras familj. Efter detta följer myndigheter, arbetsgivare och i högst grad trodde respondenterna att kommersiella organisationer kan missbruka denna tjänst. Resultatet i enkät B påvisade också att unga trodde i högre grad att arbetsgivare och kommersiella organisationer kommer att missbruka informationen om dem jämfört med de äldre. Dessutom trodde de äldre i mindre grad att myndigheter kommer att missbruka informationen om dem jämfört med de yngre.

Signifikanta hypoteser i enkät A

Hypotes (20) Kvinnor tror att tjänsten mobil positionering i mindre grad kan missbrukas av sin familj jämfört med män ($p < .01$).

Hypotes (21) Äldre tror i mindre grad att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av deras familj jämfört med unga ($p < .01$).

Hypotes (22) Äldre tror i mindre grad att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av deras arbetsgivare jämfört med unga ($p < .01$).

Signifikanta hypoteser i enkät B

Hypotes (23) Unga tror i högre grad att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av arbetsgivare jämfört med äldre ($p < .05$).

Hypotes (24) Unga tror i högre grad att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av kommersiella organisationer jämfört med äldre ($p < .05$).

Hypotes (25) Äldre tror i lägre grad att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av myndigheter jämfört med unga ($p < .05$).

Reflektion; *Generellt sett så tror respondenterna i de båda enkäterna att kommersiella organisationer kommer att missbruka tjänsten mobil positionering. Denna aktör kanske överöser individer med reklam erbjudanden via SMS när personen befinner sig i närheten av vissa butiker som använder denna tjänst. Det kan upplevas som störande. Dessutom kanske inte individer har gett sitt samtycke till denna tjänst. Däremot var respondenterna mer osäkra i sin uppfattning om huruvida arbetsgivare och myndigheter kommer att missbruka denna tjänst. Arbetsgivaren har en mer personlig koppling till den individ som positioneras. Arbetsgivaren vill t.ex. komma åt de individer som t.ex. gör egna privata ärenden under arbetstid. Denna kontroll av de anställda kan i viss mån missbrukas av arbetsgivaren. Myndigheter måste följa de lagar som finns då det gäller övervakning av enskilda individer. Däremot finns det en hårfin gräns på hur denna teknik får användas av myndigheter. Vilka kriterier gäller då denna aktör får positionera en individ? Respondenterna tror att inte att deras familj kommer att missbruka denna tjänst i de båda*

enkäterna. Familjen skulle nog mest troligt endast använda denna tjänst när det finns ett stort behov för detta.

Tabell 3.11 Kommersiella organisationer tillgång/missbruk av kundkort

Kundkort	Grupp	Enkät A				Enkät B			
		X	SD	n	t-test	X	SD	n	t-test
Tillgång	Alla	1.57	0.886	235		1.76	0.999	124	
	Man	1.63	0.941	155	man-kvinna	1.83	1.048	72	man-kvinna
	Kvinna	1.46	0.762	80	ns	1.65	0.926	52	ns
	Unga	1.65	0.930	83	unga-äldre	2.03	1.066	30	äldre<unga
	Äldre	1.52	0.733	88	ns	1.62	0.973	52	*
Missbruk	Alla	3.86	1.198	233		3.78	1.064	124	
	Man	3.88	1.184	154	man-kvinna	3.69	1.109	72	man-kvinna
	Kvinna	3.81	1.231	79	ns	3.90	0.995	52	ns
	Unga	3.81	1.174	81	unga-äldre	3.53	1.074	30	unga-äldre
	Äldre	3.74	1.208	88	ns	3.83	1.133	52	ns

* P<.05 **p<.01 ns=not significant.

Tabell 3.11 visar medelvärden (X), standardavvikelse (SD) samt antal individer (n) för grupperna män, kvinnor, unga samt äldre i enkät A (bilaga 1, fråga 28 och 29) och enkät B (bilaga 2, fråga 26 och 27). Skalan på dessa frågor (I vilken grad tycker du att kommersiella organisationer ska kunna få tillgång till informationen som kan erhållas via kundkortet samt i vilken grad tror du att informationsinsamlandet via kundkortet kan missbrukas av kommersiella organisationer) gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög grad).

Den övergripande tendensen i de båda enkäterna var att respondenterna tog avstånd ifrån att kommersiella organisationer ska få tillgång till information om dem via kundkort samt att de trodde att denna aktör kommer att missbruka informationen.

I enkät A fanns det en liten skillnad i medelvärdena mellan de olika grupperna rörandes tillgång och missbruk. I enkät B tyckte de äldre i mindre grad att kommersiella organisationer ska ha tillgång till information som fås om dem via kundkort jämfört med unga (signifikant skillnad). De äldre trodde även att denna aktör kan missbruka kundkortsinformation i högre grad jämfört med unga fast denna skillnad var inte signifikant.

Signifikanta hypoteser i enkät B

Hypotes (26) Äldre tycker i lägre grad att kommersiella organisationer ska ha tillgång till informationen som kan erhållas via kundkort jämfört med unga (p<.05).

Reflektion; Vid användningen av kundkort är det endast aktören kommersiella organisationer som berörs. Generellt sett så tycker respondenterna i de båda enkäterna att kommersiella organisationer inte ska få tillgång till information om dem via kundkort samt de tror även att denna aktör kommer att missbruka denna information. Den avgörande faktorn tror forskarna är att konsumenten inte vet hur denna information kommer att användas och bearbetas av denna aktör. Kommersiella organisationer kan dessutom använda tjänsten genom att sälja vidare information till 3:e part. Trots allt så använder individerna kundkort då de handlar, det är lite överraskande att de inte vill att denna aktör ska få denna tillgång. Kanske vill de inte att andra kommersiella organisationer än den aktör som de använder kundkortet hos ska få denna information.

4. Analys

Personlig integritet är ett viktigt begrepp i dagens samhälle. En orsak till detta är att tekniken möjliggör insamlande och bearbetning av allt mer påträngande och detaljrik information om den enskilda individen. Genom att samhället och tekniken ständigt utvecklas så förändras på sätt och vis gränserna för vad som är acceptabelt eller inte ur integritetshänseende. Frågan är hur långt dessa gränser kan tänjas innan individen 'tar avstånd' ifrån tekniken? Kommer gränsdragningen av den personliga integriteten att se annorlunda ut om 30 år jämfört med hur det ser ut idag? Forskarna tror att även om formen av övervakningen kommer att förändras genom den tekniska utvecklingen så kommer de grundläggande värderingarna; om vem som ska få tillgång till information, i vilket syfte den samlas in samt hur denna information kommer att bearbetas att bestå. Individen kommer alltid ha en personlig sfär som de värnar om. Vissa saker av personlig art vill vi kanske inte dela med oss till vem som helst. När andra personer får reda på personlig information om oss, utan vårt medgivande, blir det integritetskränkande. Hur individer uppfattar sin personliga sfär påverkas bland annat av dennes omgivning. Enligt Shibutani (Charon, 2001) så påverkas människors åsikter och attityder av dennes referensgrupper. Om t.ex. alla kompisar har skaffat sig tjänsten mobil positionering så kanske individen själv skaffar sig denna trots att de själv varit skeptisk gentemot tjänsten till en början och/eller upplevde denna som integritetskränkande. Individer påverkas även av den bild som massmedia framställer om vad som är acceptabelt eller inte ur integritetssynpunkt. Vad som uppfattas som integritetskränkande varierar dock från person till person. Därför blir det inte helt lätt att dra generella slutsatser om var gemene man anser att gränsen för personlig integritet går.

4.1 Gränsdragning av den personliga integriteten

Var drog egentligen individer gränsen för sin personliga integritet? En kort sammanfattning av var respondenterna drog gränsen för vad som är acceptabelt eller kränkande ur integritetshänseende såg ut på följande sätt;

När det gällde informationsinsamlande via **Internet** så var det vissa situationer som var acceptabla för respondenterna samt vissa som inte var det. **1) Respondenterna tog mest avstånd ifrån att privatpersoner läser andras mejl utan tillåtelse.** Denna handling utförs dessutom för att vinna fördelar mot en annan individ som troligtvis är ovetandes om detta tilltag. Respondenterna vill troligtvis inte att någon annan ska läsa deras personliga mejl utan skulle förmodligen uppfatta detta som oerhört integritetskränkande. Enligt Strömholm (1971) leder intrång i en persons privata sfär till en kränkning av den personliga integriteten. En annan orsak till att de tog avstånd till detta kan vara att det finns en norm i vårt samhälle som innebär att individer inte får 'snoka' i andra människors privata angelägenheter. Om individen skulle bryta denna norm så skulle de antagligen på något sätt 'bestraffas' av sin referensgrupp. Det är helt enkelt inte allmänt accepterat att t.ex. läsa någon annans brev eller dagbok utan tillåtelse. **2) Respondenterna var negativt inställda till att få direktadresserad reklam på basis av deras surfande på Internet.** Många företag har som avsikt att nå ut till potentiella kunder för att kunna sälja sina varor eller tjänster. Problemet är dock att kunna hitta de kunder som verkligen är intresserade av det som saluförs av företaget. Resultatet i denna rapport visade att respondenterna tog avstånd ifrån att få direktadresserad reklam hemskickat pga. att de surfar på företagets hemsidor. Det spelade ingen roll om individerna var intresserade eller inte av reklamen. Respondenterna uppfattade det dock som mindre kränkande om de var intresserade av denna reklam jämfört med om de inte var intresserade av denna. När individer får reklam utskickat till deras hemadress så finner antagligen respondenterna det som kränkande att deras hemadress kopplas ihop med de sajter som de besökt. En annan faktor som kan spela in är att individer inte ännu är vana med att

surfande leder till att de får reklam hemskickat. Då individer surfar på Internet så förväntar de sig inte att de får reklam. I framtiden kanske detta blir allt vanligare och därigenom mer accepterat. Forskarna tror att det väcker en obehagskänsla att företag på Internet anstränger sig att ta reda på bland annat individers hemadress för att på så sätt nå ut till dem. Ett sätt för företag att minska denna kränkning skulle vara att låta surfarna själva bestämma om de vill ha reklam eller inte från företaget hemskickat. På detta sätt ligger kontrollen hos individen och denna kan själv avgöra vilken reklam som de vill ha. Företaget skulle troligen få en lägre frekvens på antalet reklamutskick men de som får denna reklam är antagligen mer intresserad av denna och är därmed i större utsträckning villiga att köpa produkten eller tjänsten. **3) Respondenterna var även negativt inställda till att företag använder datamining.** Denna teknik innebär att företag skapar profiler på de enskilda individerna för att kunna kategorisera dessa i lämpliga målgrupper t.ex. vilka konsumtionsvanor de har. Orsaken till att respondenterna var negativt inställda till datamining kan vara att de hade minst kunskap om detta jämfört med övriga Internetområden. När individer inte har kunskap om en viss tjänst och får vetskap om detta kan de reagera negativt. De blir oroliga för hur denna teknik kan användas. Enligt Davidson (Brehm, 1999) så tenderar människor att bete sig på ett sätt som är konsistent med deras attityder då de är välinformerade. Denna övervakning är ett starkt intrång i en människas privatliv eftersom företag får tillgång till omfattande information om privatpersoner som individen dessutom inte givit sitt samtycke till. Detta kan leda till att individer upplever maktlöshet bland annat därför att de inte kan påverka vem som kan få tillgång till deras privata information. **4) Respondenterna var negativt inställda till att arbetsgivare kontrollerar sina anställdas privata mejl.** Respondenterna ansåg att en arbetsgivare inte får kontrollera de mejl som de anställda skriver under arbetstid. Syftet med denna kontroll är att förhindra missbruk av mejlande under arbetstid. Många av respondenter håller nog med om att detta är ett förkastligt beteende att individer skriver privata mejl under arbetstid. Däremot vill de antagligen inte bli övervakade på sitt jobb. Övervakning på en arbetsplats kan skapa en viss orolighetskänsla hos individen samt den kan även upplevas som ett stressande moment. Om individen inte har vetskap om att de är övervakade blir den upplevda kränkningen antagligen större då de får reda på detta jämfört om motsatt förhållanden råder. Mejl är alltför personliga för att en arbetsgivare ska ha möjlighet att kontrollera dem. Om arbetsgivaren vill övervaka sina anställda så är det viktigt att det finns policy om hur övervakningen går till samt i vilket syfte den utförs. Dessutom ska det finnas klara regler på hur personal får använda Internet. **5) Däremot var respondenterna mer oense angående om det är acceptabelt eller inte att arbetsgivaren ska få övervaka andra former av de anställdas aktiviteter på Internet.** Här handlar det om att förhindra missbruk av Internet, t.ex. surfande på olämpliga sajter eller att spela dataspel under arbetstid. Ungefär hälften av respondenterna var positivt inställda till denna övervakning medan resterande var negativa till detta. Det finns alltså både en positiv och en negativ aspekt med denna övervakning. Den positiva sidan är att komma åt missbruk av surfande under arbetstid. Alltså vissa respondenter tyckte att det var acceptabelt att denna form av missbruk förhindras genom att de anställda övervakas under arbetstid. Detta stämmer överens med Stantons (2000) forskning som framhäver att personer tyckte det var bra att övervakning används för att komma åt oproduktiva beteenden. Om de anställda förstår att det finns en god avsikt med denna övervakning så blir denna antagligen mer acceptabel för dem. Den negativa aspekten med övervakning är den eventuella integritetskränkningen. Dessutom kan det uppfattas som att arbetsgivaren inte litar på sina anställda. Många tycker nog att det finns bättre sätt att förhindra denna typ av missbruk. Författarna anser att det vore bättre att införa en policy på företag där klara riktlinjer finns om hur de anställda får bruka Internet. **6) Det var relativt acceptabelt att föräldrar övervakar deras barns aktiviteter på Internet ansåg respondenterna.** Syftet med denna är ju att skydda barnet mot eventuella faror som t.ex. att barn får kontakt med olämpliga personer. Föräldrar känner ett ansvar gentemot sina barn och vill förhindra att de råkar illa ut. Nyttan överväger därmed kränkningen. Dessutom är det föräldrarna själva som bestämmer att denna

övervakning tillämpas. Forskarna anser att det är lite överraskande att respondenterna är så pass positiv till denna typ av övervakning. Frågan är hur resultatet hade blivit på denna fråga om det var barnen som övervakade sina föräldrars aktiviteter på Internet. Enligt respondenterna verkar föräldrar till en viss del ha en legitim rätt att spionera på sina barn, i alla fall när det gäller i ett skyddande syfte.

När det gällde informationsinsamlande via **positionering** så var det vissa situationer som var acceptabla för respondenterna samt vissa situationer som inte var det. **1) Respondenterna tog mest avstånd ifrån att arbetsgivaren ska kunna positionera sina anställda under arbetstid via mobiltelefon.** Den avgörande frågan angående denna övervakning är i vilket syfte den utförs. Varför ska arbetsgivaren ha möjlighet att kunna positionera sina anställda? Respondenterna kan uppfatta det som att arbetsgivaren inte litar på sina anställda och vill kontrollera att de inte tar för långa lunchraster eller gör privata ärenden under arbetstid. En positiv aspekt med denna övervakning är att arbetsgivaren kan komma åt de individer som missköter sig. Respondenterna fann dock att kränkning var allt för stor för att kunna uppväga den eventuella nyttan. De vill helt enkelt inte bli positionerade under tiden då de jobbar. **2) Respondenterna var även negativt inställda till att familjemedlemmar kan positionera varandra då den ena vill bli lämnad i fred.** Positioneringen blir antagligen kränkande eftersom en persons geografiska position kan fastställas utan att denne vill att någon får reda på vart de är. Givetvis kan personen i fråga stänga av sin mobiltelefon, fast det kanske finns tillfällen då denna inte får/kan stänga av telefonen. Frågan är om det är tjänsten eller situationen som är integritetskränkande. Personer vill inte alltid vara kontaktbara utan vill förmodligen kunna ha rätten att få vara för sig själv. **3) Även då det gäller att partners ska kunna positionera varandra, även vid obekväma situationer, så tog respondenterna avstånd ifrån detta.** Individer vill kanske ha en egen personlig sfär som ligger utanför förhållandet. Respondenterna kanske anser att partners borde lita på varandra och de inte ska behöva 'kolla' var den andra är t.ex. klockan 3 en lördagsnatt. **4) Respondenterna var negativt inställda till att myndigheter ska kunna positionera privatpersoners bilar.** En viktig faktor är i vilket syfte denna övervakning görs. Myndigheter vill kartlägga individers körsträckor i detta scenario. Men det finns inget hinder för att myndigheter kan använda denna information på annat sätt t.ex. att de övervakar vissa individers rörelsemönster. Människor kanske inte anser sig personligen tjäna något på att myndigheter ska övervaka dem för att avgöra om de ska införa vägtullar eller inte. Forskarna tror att en avgörande faktor är hur mycket respondenterna litar på myndigheterna. Om individerna inte litar på denna aktör och tror att de kommer att missbruka denna information så kommer de förmodligen att uppfatta detta som mer kränkande än om motsatt förhållande råder. **5) Respondenterna var relativt neutrala i sin åsikt angående att de kan få SMS om reklam erbjudanden pga. deras position i förhållande till en viss butik.** En del individer tyckte att det var bra att de får reklam erbjudanden från olika företag då de befinner sig i närheten av dessa. Vissa av respondenterna verkade inte tycka att denna tjänst är alltför integritetskränkande. Kanske beror det på att de upplever det som relativt positivt att få reklam erbjudande. De kan däremot säkert uppfatta det som irriterande om de erhåller för många SMS meddelanden då de är ute på stan och vandrar. Författarna trodde att respondenterna skulle vara mer negativa till denna tjänst än vad resultatet påvisade eftersom i det beskrivna scenariot kan företag fastställa individers position. Vissa respondenter på denna plattform har själva testat denna tjänst och är kanske därmed mer positiva till tjänsten. Forskarna tror att individer som inte är 'early adopters' skulle vara mera negativa till denna tjänst. **6) Respondenterna var positiva till att föräldrar ska kunna positionera sina barn som är på väg hem från skolan.** Denna tjänst har en positiv sida eftersom den kan leda till att föräldrarna inte behöver vara lika orolig över var deras barn befinner sig. Om barnen t.ex. är försenade efter det att skolan har slutat så kan de oroliga föräldrarna positionera sina barn. Det ger även en trygghetskänsla för barnen att deras föräldrar vet om deras geografiska position. Det skapar helt enkelt en trygghetskänsla för hela familjen. **7) Polisen ska kunna positionera misstänkta brottslingar anser respondenterna i denna undersökning.** Eftersom det är

kriminella element som övervakas av myndigheter så får den personliga integriteten till en viss del kränkas. Det är förmodligen avsikten med denna form av övervakning som ledde till att denna tillämpning upplevdes som relativt acceptabelt. Övervakningen ska hjälpa till att sätta fast brottslingar, det är positivt ur samhällsynpunkt och kan skapa en trygghetskänsla för medborgarna. **8)** *Respondenterna var även starkt positiva till att erhålla SMS om aktuella trafikföreteelser.* Här leder tjänsten till positiva effekter för individen eftersom de kan anpassa sin körning efter de meddelande de får till sin bil via mobiltelefon. Om de t.ex. får information om det är blixthalka på en viss vägsträcka kan de anpassa sin hastighet därefter. Tjänsten leder bland annat till en ökad säkerhet för bilisterna. **9)** *Mest positiva var respondenterna till att de kan bli positionerade vid en nödsituation.* Då en persons liv är i fara så blir denna positionering inte kränkande eftersom denna tjänst kan rädda livet på den nödställda. Nyttan med denna tjänst är så stor i detta fall att det är acceptabelt att individer positioneras av myndigheter.

När det gällde informationsinsamlande via **övervakning** så var det vissa situationer som var acceptabla för respondenterna samt vissa som inte var det. **1)** *Respondenterna tog mest avstånd ifrån att arbetsgivaren ska kunna övervaka de anställda under arbetstid.* Här handlade scenariot om övervakning av tangentnedtryckningar samt övervakningskameror etc. Syftet med detta är att arbetsgivaren vill kontrollera sina anställda och därmed även öka effektiviteten genom att få reda på hur mycket den enskilda individen egentligen presterar. Denna press att ständigt vara övervakad kan ha negativa konsekvenser för individen. Den övervakning som sker på en arbetsplats är ett allt för stort intrång i den enskilda individens personliga sfär ansåg respondenterna i denna undersökning. **2)** *Respondenterna var även mycket negativt inställda till att de kan övervakas med kamera i provhytter.* Detta upplevdes av många respondenter som en alltför obehaglig situation. En anledning kan vara att de upplever att de inte har kontroll på hur det inspelade materialet kommer att användas. De flesta individer vill inte att en obehörig ska få se dem då de byter om. Detta leder troligen till en stark kränkning av den enskilda individens personliga sfär. **3)** *Respondenterna tog också avstånd till att senildementa ska kunna övervakas både med elektroniska armband och med övervakningskameror då kommunen eller de anhöriga tar beslut om detta.* Här är det övervakningskameror som är den största bidragande orsaken till att detta upplevs som integritetskränkande. Det har ingen större betydelse om de anhöriga eller kommunen beslutar att denna kameraövervakning ska införas. Syftet med denna är något positivt; att skydda de senildementa. Men att övervaka en person dygnet runt är alltför integritetskränkande, det innebär ju att de övervakade i princip inte har något privatliv. **4)** *Däremot var respondenterna starkt positivt inställda till att senildementa personer utrustas med elektroniska armband då anhöriga eller kommunen bestämmer detta.* Ett elektroniskt armband för att kunna positionera senildementa geografiskt har ett skyddande syfte för den person som utrustats med detta. De positiva effekterna överväger i det stora hela den eventuella kränkningen. Den information som kan erhållas om individen är endast deras position. Respondenterna var mer positivt inställda till denna övervakning då de anhöriga fick besluta om detta jämfört om kommunen tar detta beslut. Samtycke spelar en stor roll här, tror forskarna. Jämfört med kameraövervakning på rummen är det en avsevärd skillnad i informationsmängd som kan erhållas. **5)** *Respondenterna tyckte även att det var acceptabelt att taxibilar utrustas med övervakningskameror.* Författarna tror främst att trygghetsupplevelsen för både passageraren och chauffören överväger intrånget i den personliga sfären.

När det gällde informationsinsamlande via **kundkort** så var det vissa situationer som var acceptabla för respondenterna samt vissa som inte var det. **1)** *Angående registrering av köpvanor via kundkort så var det mellan 35 till 48 % av respondenterna i samtliga grupper som inte var speciellt oroliga över detta.* Generellt sett så var respondenterna relativt splittrade angående om denna registrering var acceptabel eller inte. Anledning till detta kan vara att en del individer inte tycker att det gör någonting att t.ex. ICA vet om vilka varor de handlar. Denna information

anses inte som speciellt kränkande för dem. En annan bidragande aspekt var att ungefär 80 % av respondenter i denna undersökning hade kunskap om att deras inköp registreras (se bilaga 3). Om de hade denna kunskap så blir de antagligen inte lika orolig som om motsatt förhållande råder. De respondenter (cirka 20 %) som inte visste om denna registrering sedan tidigare och fick kunskap om detta när de besvarade enkäten blev antagligen mer oroliga över detta jämfört med de personer som redan hade denna kunskap. Vissa individer vill dock inte att kommersiella organisationer ska få kunskap om vad de handlar och därför blir de oroliga över att denna registrering sker. **2) Det var minst 30 % av respondenterna, i samtliga grupper, som var oroliga över att de kan få direktadresserad reklam av 'känsliga' varor via sitt kundkortet. Mellan 30 och 45 % av respondenterna i grupperna var inte oroliga över detta. Däremot var de inte speciellt oroliga över att de kan få direktadresserad reklam som de var intresserade av.** Enligt Siepel (1997) så är den personliga integriteten en individs subjektiva upplevelse av obehag. Vilka varor individer får via reklam har alltså betydelse för hur orolig de är inför detta. Forskarna anser att varor som kan kopplas ihop med vissa personliga vanor kan ge för känslig och privat information om dem. En överviktig människa kanske inte uppskattar att kommersiella organisationer vet om att de t.ex. handlar mycket chips och godis. Då de får reklam om detta så kanske de kan få sämre självkänsla eftersom de blir påmind om att de äter för mycket 'godsaker'. Ett sätt att motverka detta vore att konsumenterna själva får välja vilken typ av reklam de kan få.

4.2 Vilka aktörer ska ha tillgång till/kan missbruka tekniken?

Individer litar mer eller mindre på olika aktörer. Fanns det någon aktör som respondenterna ville skulle ha tillgång till personlig information om dem? Enligt Sykes (1999) så avgör graden av förtrolighet om någon ska få tillgång till personlig information om oss. Vilka aktörer trodde respondenterna kommer att missbruka denna information? Skiljde sig tillgång/missbruk åt när det gäller de olika teknikområdena?

Generellt kan sägas att respondenterna inte ville att någon utav aktörerna ska få tillgång till information om dem via **Internet**. Detta tror forskarna beror på att informationen som fås via Internet är av alltför personlig karaktär. Informationen är så pass personlig att respondenterna inte ens vill att deras familj ska få tillgång till denna. Om en person skickar ett vanligt brev på posten så räknar de med att detta inte läses av någon obehörig. Samma sak gäller då individer skickar mejl på Internet, de vill inte att någon obehörig ska få läsa detta. Angående om denna information kan missbrukas så var respondenterna mer kluvna i sina åsikter. De trodde inte att deras familj kommer att missbruka denna information. De vill alltså inte att deras familj ska få denna tillgång till information om dem, men om så skulle ske så trodde respondenterna inte att de skulle missbruka denna. Respondenterna trodde dock att kommersiella organisationer kommer att missbruka informationen. Kommersiella organisationer verkar i vissa fall inte bry sig om ifall den enskilda individens personliga sfär kränks, deras huvudsyfte är att tjäna pengar. Genom att få reda på så mycket som möjligt om personer, blir det lättare att skicka 'riktad reklam' och på så sätt tjäna mer pengar. Respondenterna var relativt neutrala i sin uppfattning om huruvida arbetsgivare och myndigheter kommer att missbruka denna information som kan fås via Internet. Det finns dock en stor skillnad mellan kommersiella organisationer och arbetsgivare/myndigheter. Kommersiella organisationer har oftast ingen personlig koppling till den enskilda individen. Däremot har en arbetsgivare en personlig kontakt med sina anställda. Denne har dessutom ett visst ansvar mot sina anställda, en arbetsgivare vill oftast inte medvetet 'göra intrång' i de anställdas personliga sfär och på så sätt skada dem. De lagrum som finns idag ska förhindra intrång i individers personliga sfär. Myndigheters mål är till viss del att se till så att det svenska samhället fungerar. De lagrum som finns ska följas av både den enskilda individen och av staten. Eftersom myndigheter måste tillämpa dessa lagar då de t.ex. behandlar information om den enskilda individen så tror förmodligen vissa respondenter att denna aktör inte kommer att missbruka informationen. En avgörande faktor tror forskarna är vilken

auktoritetstro respondenterna har, detta påverkar bland annat tilliten till arbetsgivaren och myndigheter. Det fanns trots allt en hel del respondenter som trodde att dessa två aktörer kommer att missbruka den personliga informationen.

Generellt kan sägas att respondenterna, i de båda enkäterna, inte ville att arbetsgivaren och kommersiella organisationer ska få tillgång till deras **geografiska position**. De kommersiella organisationernas legitima rätt att övervaka den enskilda individens geografiska position kan ifrågasättas. Denna aktör har egentligen ingen personlig koppling till individen förutom ett affärsmässigt intresse. Dessutom trodde de att kommersiella organisationer kommer att missbruka denna tjänst. De andra tre aktörerna har trots allt ett större ansvar gentemot den enskilda individen. En bidragande orsak till att arbetsgivaren inte ska ha tillgång till de anställdas position kan vara att respondenterna uppfattar detta som att denna aktör vill kontrollera dem. De skulle helt enkelt förlora en del av sin frihet på jobbet eftersom de ständigt skulle bevakas. Respondenterna var dock mer osäkra om denna aktör kommer att missbruka denna information. Arbetsgivaren vill t.ex. komma åt de individer som t.ex. gör egna privata ärenden under arbetstid. Denna kontroll av de anställda kan i viss mån missbrukas av arbetsgivaren. Däremot var respondenterna relativt positiva till att deras familj och myndigheter (åtminstone i enkät B) kan få denna tillgång. Det finns en stor fördel för den enskilda individen att myndigheter har en möjlighet att positionera en individ vid t.ex. en nödsituation. Det finns en egen nytta när det gäller att familjen eller myndigheter ska få tillgång till en individs position som inte finns för arbetsgivaren eller kommersiella organisationer. Det är individen själv som vinner fördelar med tjänsten och inte tvärtom. Trygghetskänslan blir viktigare än den eventuella obehagskänslan som kan uppstå då en individ blir positionerad. Därför blir det antagligen mer acceptabelt att myndigheter och familjen ska få denna tillgång. Däremot var respondenterna mer osäkra i sin uppfattning om huruvida myndigheter kommer att missbruka denna tjänst. Myndigheter borde inte kunna få positionera medborgare hur som helst, det måste finnas en 'godkänd' anledning med denna övervakning. Respondenterna trodde inte att deras familj kommer att missbruka denna tjänst. En anledning till detta skulle kunna vara de har stor tillit till sin familj och därmed skulle familjen troligen endast använda tjänsten då det finns ett stort behov för detta.

Angående **kundkort** var det endast aktören kommersiella organisationer som var aktuell. Generellt sett så tyckte respondenterna att denna aktör inte ska få tillgång till personlig information via kundkort samt de trodde även att denna kommer att missbruka informationen. Individerna vet mest troligt inte hur kundkortsinformation kommer att användas av företagen. Många individer kan uppfatta det som skrämmande att företaget som de handlar hos säljer informationen vidare till 3:e part. Undersökning påvisade trots allt att en stor majoritet av respondenterna använder kundkort då de handlar. Därför är det en aning frapperande att de inte ville att denna aktör ska få denna tillgång.

4.3 Signifikanta skillnader mellan köns- och åldersgrupperna

Det fanns inga signifikanta skillnader i medelvärden mellan könen med avseende på Internet och kundkort. Detta betyder att män och kvinnor kan ha liknade attityder angående dessa två teknikområden rörandes t.ex. hur oroliga de var eller hur kränkande de fann dessa. Däremot fanns det signifikanta skillnader när det handlade om *nödsituationer* samt *positionering av misstänkta brottslingar*. Här var kvinnor mer positiva till att denna typ av övervakning jämfört med män. Forskarna tror att kvinnor prioriterar trygghet och säkerhet mer än vad män gör. Det fanns även signifikanta skillnader rörandes *positionering av partner på fritiden* samt *positionering av familjemedlemmar mot dennes vilja*. Kvinnor var mer negativa till denna form av övervakning. Författarna drar slutsatsen att det kanske inte är tjänsten som de var negativ emot utan mer hur

den kan användas. Kvinnor var även mer negativa till att *filmas i provhytt* jämfört med män. Kvinnor upplever antagligen en större kränkning och obehagskänsla över att någon okänd kan se då de byter om. Det kan vara mer känsligt för kvinnor att visa upp sin kropp än vad det är för män. *Tendensen tydde på att kvinnor var mer positiva till olika former av övervakning när det hade ett "skyddande syfte" men var mer negativa till olika former av övervakning när detta hade ett "kontrollerande syfte"*.

Det fanns signifikanta skillnader i medelvärden mellan könen med avseende på vilka aktörer som ska ha tillgång till/kan missbruka information om dem. Män tyckte i lägre grad att myndigheter ska ha tillgång till information om dem via Internet jämfört med kvinnor. Män kanske är mer osäkra på syftet med att denna aktör ska ha denna tillgång. Kvinnor ser antagligen en fördel (som män inte lika starkt delar) med att myndigheter kan få denna tillgång eftersom de ska skapa trygghet i samhället. Å andra sidan tyckte kvinnor i mindre grad att arbetsgivare samt kommersiella organisationer ska få tillgång till deras position jämfört med män. Dessutom trodde kvinnor i högre grad att kommersiella organisationer kan missbruka den information som fås om dem via Internet. Det framkom också att kvinnor i mindre grad trodde att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av deras familj. *Det verkade som att män litade mindre på myndigheter (Internet) och sin familj (positionering) jämfört med kvinnor samt kvinnor litade mindre på arbetsgivaren (positionering) och kommersiella organisationer (Internet och positionering) jämfört med män. Vilket teknikområde som det handlar om kan alltså påverka tilliten gentemot aktören.*

Det fanns signifikanta skillnader i medelvärden mellan unga och äldre angående vilken teknik som var acceptabel. De äldre var mer positiva till att föräldrar ska kunna *övervaka sina barns aktiviteter på Internet*. Huvudsyfte är förmodligen inte att spionera på sina barn utan att försöka skydda dem. De äldre var också mer positiva till att *senildementa förses med elektroniska armband*. Denna skillnad fanns både då de anhöriga eller kommunen tar beslut om detta. De äldre har förmodligen lättare att sätta sig in i denna situation dels eftersom det är mer aktuellt för dem att ta hand om sina föräldrar samt att de äldre kanske själv funderar på hur de ska behandlas när de blir 'riktigt' gamla. Äldre ville i mindre utsträckning att de *övervakas på arbetsplatsen* jämfört med yngre. Detta beror antagligen på att de äldre har mer arbetslivserfarenhet än unga och därför har en annan mental modell över vilka normer som gäller på en arbetsplats. Dessutom var äldre mindre oroliga över *tjänsten mobil positionering* jämfört med unga samt de unga fann denna tjänst som *mer integritetskränkande*. De äldre litade helt enkelt mer på hur denna tjänst kommer att användas av olika aktörer. Unga verkade vara mera misstänksamma när det gäller hur dessa aktörer kommer att använda mobil positionering i praktiken. *Tendensen i undersökningen påvisade att de unga i vissa avseende tog större avstånd ifrån olika former av övervakning (tyckte bland annat positionering var mer integritetskränkande) jämfört med äldre.*

Det fanns signifikanta skillnader i medelvärden mellan åldersgrupperna med avseende på vilka aktörer som ska ha tillgång till/kan missbruka information om dem. Äldre tyckte i högre grad att deras familj ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering och information som fås via Internet jämfört med unga. Forskarna tror att de unga kanske ännu inte 'har skaffat sig en egen familj', utan deras närmaste anhöriga är deras föräldrar. De unga vill förmodligen inte bli kontrollerade av sina föräldrar. De vill heller inte att föräldrarna ska få alltför stor insikt i deras privatliv. Motsvarande gäller för de vuxna; de vill gärna ha insikt i deras barns privatliv, de vill vara med och påverka samt visa att de bryr sig. Barn har ofta inget intresse 'att lägga sig i sina föräldrars privatliv'. Undersökningen påvisade också att äldre trodde att deras familj i mindre grad kan missbruka informationen som fås om dem via Internet eller positionering jämfört med unga. Ingen av dessa åldersgrupper trodde dock att familjen kommer att missbruka denna övervakning. Äldre tyckte i lägre grad att arbetsgivaren samt myndigheter ska få tillgång till den information som fås om dem via Internet jämfört med unga. Däremot trodde äldre att

arbetsgivare i mindre grad kan missbruka informationen som fås om dem via Internet eller positionering jämfört med unga. Dessutom ansåg äldre att myndigheter i mindre grad kommer att missbruka informationen som fås om dem via positionering. Det verkar alltså finnas en skillnad mellan att dessa aktörer ska ha tillgång till information/kan missbruka denna information. Unga ville t.ex. att arbetsgivaren ska ha större tillgång till denna information jämfört med äldre men samtidigt trodde de unga att denna aktör i större grad kommer att missbruka denna. Unga i sin tur trodde i högre grad att kommersiella organisationer kommer att missbruka tjänsten mobil positionering. När det gällde kommersiella organisationer så ville gruppen äldre att denna aktör i lägre grad ska ha tillgång till informationen som kan erhållas via kundkort jämfört med unga. *Skillnaderna mellan åldersgrupperna pekar på att de äldre var mer negativa till att arbetsgivaren (Internet samt positionering), myndigheter (Internet) och kommersiella organisationer (kundkort) ska få tillgång till deras personliga sfär jämfört med de unga samt de unga var mer negativa till att deras familj ska få tillgång till deras personliga sfär jämfört med äldre. Skillnaderna mellan åldersgrupperna pekar på att de unga i högre grad tror att familjen (Internet och positionering), arbetsgivaren (Internet och positionering), myndigheter (positionering), kommersiella organisationer (positionering) kommer att missbruka informationen som fås om dem jämfört med äldre.*

4.4 Slutdiskussion

George Orwell myntade begreppet Storebror ser dig. Sedan dess har denna problematik med att "Storebror" övervakar individer debatterats. I det moderna IT-samhället finns den teknik som gör det möjligt att övervaka, kontrollera samt erhålla personlig information om den enskilda individen. Oftast har individen ingen möjlighet att kunna förhindra detta. Olika tjänster kan ge en ökad trygghetskänsla för individen men samtidigt kan en del av dennes frihet minska. Hobbes liknade staten vid en Leviathan som utgjordes av individer som bidrog till att skapa någonting som var större och starkare än den enskilda individen. För att vara delaktig i denna sfär och få trygghet måste människan ge upp en del av sin frihet. Frågan är om människan i dagens samhälle är beredd på att ge upp en del av sin frihet för att erhålla trygghet? Blir det då acceptabelt att personers integritetsfär kränks? Forskarna tror att människor i vissa situationer kan vara beredd på att ge upp en del av sin 'frihet' för att erhålla t.ex. säkerhet men bara till en viss gräns.

Denna undersökning har påvisat ett antal faktorer som kan vara avgörande för var individer drar gränsen för sin personliga integritet. En faktor är **nyttan med tjänsten** kontra kränkningen. Enligt Boninger (Brehm, 1999) så beror styrkan på en attityd på hur någonting påverkar/gynnar dem personligen. Om nyttan är så pass omfattande för individen eller deras familj kan individen acceptera ett visst intrång i deras personliga sfär. Exempel på sådana situationer är elektroniska armband på senildementa, positionering av nödställda eller få SMS om aktuella trafikföreteelser. I dessa fall finns det väldigt positiva aspekter av tjänsterna som överskuggar den eventuella kränkningen. Exempel på när nyttan kanske inte är tillräckligt stor för att tillåta denna kränkning av den personliga sfären är olika former av övervakning på arbetsplatser. Denna övervakning har positiva aspekter som att missbrukas förhindras och effektiviteten ökar. Men poängen är att nyttan inte är tillräckligt stor för att överväga kränkningen. Kanske tycker individen att det mest är arbetsgivaren som tjänar på denna övervakning, den egna vinningen är inte speciellt stor. Det är alltså viktigt att fråga sig vem som tjänar på övervakningen, är det den enskilda individen, företag eller myndigheter som drar vinstlotten? Många respondenter ansåg t.ex. att det var acceptabelt att polisen ska kunna övervaka misstänkta brottslingar, det är i detta fallet samhället som sådant som tjänar på denna form av övervakning men det leder samtidigt till en ökad trygghetskänsla för medborgarna. En annan mycket väsentlig faktor är att individen upplever **kontroll** över vem, hur och i vilket syfte övervakningen görs. När individen upplever kontroll så minskar förmodligen orolighets-

känslan, vilket i sin tur påverkar integritetsupplevelsen. Respondenterna var relativt positivt inställda till att föräldrar ska kunna positionera deras barn då de är på väg hem från skolan. Här är det föräldrarna själva som har kontroll över tjänsten. Syftet är att ge en ökad trygghetskänsla både för föräldrarna samt barnen. Däremot vid datamining så har individer ingen kontroll på övervakningen. De vet inte vem som övervakar dem, hur den insamlade informationen kommer att bearbetas och i vilket syfte den utförs. Avsaknad av kontroll leder alltså till oro vilket i sin tur påverkar integritetsupplevelsen negativt. Rent generellt tror forskarna att om det finns en **öppenhet** mot individen kan känslan av kontroll öka. De får reda på vem som övervakar dem, hur de övervakas och i vilket syfte detta utförs. Genom att göra övervakningen mera genomskinlig så känner individen troligtvis att de har större kontroll och kränkning av sfären blir inte lika allvarlig än om motsatt förhållande råder. En viktig del i uppfattad kontroll är om individen har fått ge sitt **samtycke** till övervakningen/informationsinsamlande. Om individen ger sitt samtycke till detta är risken för integritetskränkning inte lika överhängande än om vice versa råder. De har gjort ett aktivt val och vet förhoppningsvis om konsekvenserna av detta. Ett exempel på detta är kundkort. I denna undersökning hade en större del av respondenterna kunskap om att kommersiella organisationer registrerar deras inköp. Individerna har själv aktivt valt att skaffa sig ett kundkort. Detta leder indirekt till att de har samtyckt att t.ex. ICA får registrera deras inköp. Undersökningen påvisade att själva registreringen av vad individer handlar inte skapar någon större orolighetskänsla hos dem och de upplever inte detta som speciellt integritetskränkande. Däremot har individer inte gett sitt samtycke till/eller förstått att deras konsumtionsvanor kan säljas vidare till 3:e part. De har därmed tappat kontrollen över vem som får tillgång till informationen om dem. Undersökningen visar också att respondenterna var oroliga över detta, förmodligen ökar därmed också kränkningen. Något som forskarna också tror påverkar integritetsupplevelsen är vilken **typ av information** som samlas in om dem samt hur personlig denna är. Det är en vida skillnad i vikten av information mellan att kartlägga någons vanor jämfört med att veta en persons geografiska position.

Hur såg respondenterna egentligen på de olika teknikområdena (i förhållande till varandra), var vissa av dessa mer integritetskränkande än de andra? Denna studie visade att respondenterna tyckte att **informationen som fås via Internet** var relativt integritetskränkande. De tog mest avstånd ifrån att information samlas in om dem via Internet jämfört med de andra två teknikområdena. Medelvärden för gruppen alla angående hur oroliga de var över Internetområdena låg mellan 2.88 respektive 3.24 (enkät A). Medelvärden för integritetskränkningen för denna grupp låg på 3.71 (enkät A) respektive 3.68 (enkät B). Orsaken till att respondenterna var oroliga samt tyckte att Internet var integritetskränkande var att olika aktörer kan få tillgång till komplex och personlig information om den enskilda individen. T.ex. att deras mejl kan läsas av obehöriga eller att företag använder datamining för att få en helhetsbild över individen och dennes vanor. Med de rätta datakunskaperna eller tekniken kan olika aktörer erhålla detaljerad information om gemene man. Individer har oftast ingen möjlighet att förhindra att de kartläggs då de är ute och surfar på Internet. Det är relativt lätt för de som vill att samla in information om enskilda individer. Dessutom har individen liten kontroll på informationsinsamlandet om dem. Eftersom individer inte kan kontrollera vilken information som samlas in om dem samt hur denna information kommer att användas i praktiken så leder detta till en integritetskränkning. Det enda säkra sättet för att hindra detta informationsinsamlande är att individen upphör med att använda Internet, detta är svårt eftersom många individer är beroende av att använda detta. Individen ger oftast inte samtycke till t.ex. att ett företag använder datamining för att erhålla kunskap om dem. Nyttan med denna insamling gynnar inte den enskilda individen utan de företag/privatpersoner som utför detta. En annan faktor som spelar in är att de lagrum som finns inte på ett kraftfullt sätt kan reglera hur aktörer får behandla och samla in information om enskilda individer. Dessutom är Internet

ett världsomspännande nätverk och olika länder har olika lagar angående t.ex. hur information om individer får behandlas.

Respondenterna var mer osäkra på om **informationsinsamlandet via kundkort** var integritetskränkande. Medelvärdet för gruppen alla angående hur oroliga de var över kundkortet och dess implikationer låg på 2.19 respektive 3.37 (enkät A). Medelvärdet för integritetskränkningen för denna grupp låg på 3.20 (enkät A) respektive 3.02 (enkät B). Orsaken till att respondenterna var mindre oroliga samt de inte tyckte att denna insamling är lika integritetskränkande som föregående exempel tror forskarna beror på att i detta fall är informationen om den enskilda individen inte lika komplex och personlig. Här handlar det i värsta fall 'endast' om vilka konsumtionsvanor individen har. Dessutom har individen delvis kontroll över denna tjänst eftersom de kan välja att sluta använda sitt kundkort. Individen har som tidigare nämnts gjort ett aktivt val till att skaffa sig ett kundkort och därmed indirekt gett sitt samtycke till att kommersiella organisationen registrerar deras inköp. Det finns en viss nytta i detta fall eftersom de erhåller rabatterbjudanden/bonuspoäng etc. Faktum är också att en övervägande del av grupperna (unga mindre än övriga grupper) använde kundkort vid sina inköp. Individerna var inte speciellt oroliga över att deras inköp registreras via kundkort samt att de kan få direktadresserad reklam via kundkortets information. Däremot var det över 50 % av respondenterna som var oroliga över att den informationen som fås om dem via kundkortet kan säljas vidare till tredje part. Varför individerna var oroliga över att information om dem kan säljas vidare till 3:e part är, enligt författarna, att de inte vet vem denna tredje part är samt hur denna kommer att använda informationen. Individen tappar totalt kontrollen över informationen om dem via kundkortet. Strömholm (1971) framhäver att den personliga integriteten kränks om information om en persons privata förhållanden offentliggörs eller används på annat sätt. Om en 3:e part får tag i denna information så kan det innebära en kränkning. En annan orsak som bidrar till detta kan vara att endast hälften av respondenterna inte hade kunskap om att informationen som fås via kundkort kan säljas vidare till tredje part. Har individen inte kunskap om detta (får denna kunskap via enkäten) så blir de mest troligt mer oroliga samt finner detta som mer integritetskränkande jämfört om motsatt förhållande råder. Enligt denna undersökning (se bilaga 3) var det cirka 60 % av respondenterna som tyckte det var mycket viktigt att få reda på om information om dem säljs vidare till 3:e part. 45 % av respondenterna (se bilaga 3) tyckte att det är mycket viktigt att få reda på hur kundkortets information kommer att användas av de kommersiella organisationerna. Dessutom visade det sig att 40 % av respondenterna ansåg det som mycket viktigt att kunna hindra företag att registrera deras inköp via kundkort. Forskarna framhäver att om individen finner denna registrering som kränkande så kommer de antagligen att minska sitt användande av kundkortet.

Respondenterna tyckte i det stora hela inte att **informationsinsamlandet via positionering** var integritetskränkande. Medelvärdet för gruppen alla angående hur oroliga de var över positionering var 1.72 (enkät A). Medelvärdet för integritetskränkningen för denna grupp låg på 2.19 (enkät A) respektive 3.03 (enkät B). Orsaken till att respondenterna var minst oroliga samt de inte tyckte att denna insamling är lika integritetskränkande som de föregående exemplen tror forskarna beror på att i detta fall är informationen som kan fås genom positionering är begränsad. Det är 'bara' individens geografiska läge som kan erhållas. Denna information är inte särskilt personlig, det handlar istället om var de befinner sig. Dessutom har individen stor kontroll eftersom de alltid kan slå av telefonen. Nyttan med denna tjänst kan vara stor för den enskilda individen t.ex. ur en säkerhetsaspekt. Olsson (2000) menar också att en ökad kommunikationsmöjlighet kan uppväga en eventuell kränkning av den personliga integriteten.

Hur individen uppfattar sin personliga integritet är bland annat beroende av de attityder som denne har t.ex. gentemot teknik. Styrkan på attityder kan avgöra om en individ kan tänka sig att ändra sitt beteende eller inte. Detta överensstämmer med Ajzens (1988) uppfattning om att attityder är en viktig komponent för beteendet. En del individer har så starkt hållna värderingar om att värna sin personliga integritet att de inte vill riskera denna genom att använda olika former av teknik. Det blir svårt för dem att använda ny teknik eftersom de ser denna mer som ett hot än som ett hjälpmedel. I denna undersökning har det visat sig att en stor del av individerna inte kommer att ändra sitt beteende gentemot de olika teknikområdena. Det fanns dock respondenter som kunde tänka sig detta. Frågan är hur beroende personerna är av att bruka tekniken/tjänsten. Ett stort beroende gör det svårt att bryta sitt vanemönster. Vissa individer tycker att tekniken är integritetskränkande men de ändrar ändå inte sitt beteende, vilket kan ha sin grund i att de upplever nyttan med tekniken som viktigare än den upplevda kränkningen. En insikt som forskarna har fått genom denna undersökning är att olika situationer som tekniken används i påverkar om denna är acceptabel eller inte. Tekniken är relativt neutral, det är hur den används som har betydelse. Positionering vid en nödsituation är t.ex. acceptabel men inte om arbetsgivaren vill positionera sina anställda. Det är samma teknik men situationerna och syftet med tjänsten är olika. Generellt sett så var individer positivt inställda till övervakning som har till syfte att skydda individen och ge en upplevd trygghetskänsla. Exempel på sådana situationer är positionering vid nödsituationer, kameraövervakning i taxibilar samt olika typer av övervakning på barn (Internet, positionering). Då denna övervakning övergår till att kontrollera människor t.ex. kameror som övervakar senildementa dygnet runt eller övervakning på arbetsplatser blir det integritetskränkande. Skillnaden mellan trygghet och kontroll kan dock vara hårfin.

Den personliga integriteten kan liknas vid en sfär som finns runt alla individer. Inom denna finns det information (t.ex. tankar, funderingar, erfarenheter osv.) som är av personlig karaktär. Vissa saker i denna bubbla är så pass personliga att denne inte vill släppa dessa till någon annan i sin omgivning. Människan vill ha ett egen privat sfär som ska vara ogenomträngbar. En del information kan individen dela med sig till sina nära och kära. Den moderna tekniken innebär att andra aktörer kan sticka hål i denna sfär och suga ut personlig information. Undersökningen har påvisat att när t.ex. en kommersiell organisation lyckas genomtränga en persons sfär så uppfattas detta som väldigt kränkande för den utsatte. Personen blir orolig för hur denna information kommer att behandlas av inkräktaren. I värsta fall tar individen avstånd ifrån att bruka viss teknik eftersom riskerna för den personliga integriteten är för stor. Detta kan i det långa loppet leda till att vissa personer hamnar utanför det teknologiska IT-samhället. Frågan är hur länge det tar innan människor börjar ta allt mer avstånd ifrån vissa tekniska tjänster? Är de intressenter som producerar olika former av tjänster eller teknik beredda på att anpassa tekniken till deras konsumenter?

4.5 Kritisk granskning av rapporten

Reliabilitet

*Reliabiliteten är säkerheten och precisionen hos ett mätinstrument oavsett vad det mäter. Mätinstrument är konsistent dvs. upprepade försök ger likvärdigt resultat för ett givet subjekt. Om någon gör om våra enkäter vid ett senare tillfälle ska det ge ett liknande resultat på de frågor som är likadana.*⁶⁴ Enkätfrågorna, med scenarios, ska vara adekvata för det område som det forskas kring för att på så sätt kunna besvara de forskningsfrågor som ställs samt svaren som erhålls ska vara lätta att tolka. Genom detta skapas en hög reliabilitet. Frågorna i enkäten formulerades på ett allmängiltigt och lättförståeligt sätt för att om möjligt undvika misstolkningar både hos respondenterna och hos forskarna. Antagligen fanns det kvar ett troligt slumpfel genom att respondenterna gjorde en felläsning eller en feltolkning. Det är svårt, hart när omöjligt att undvika att inte frågor tolkas på olika sätt av individer. Frågeställningar och scenarios i enkäten har designats på så sätt att de inte ska vara ledande i någon riktning, dvs. de ska inte styra respondenterna allt för mycket. Men troligtvis fanns det frågor som inte var helt neutrala och allmängiltiga i enkät A och B. Enkäterna ska mäta bland annat attityder hos respondenterna. Attityder är inte helt konsistenta, dvs. de kan förändras över tiden. Enkät A kunde besvaras under två veckor i juni 2003 och enkät B kunde besvaras under två veckor i augusti 2003. Om det t.ex. inträffade en 'integritetsskandal' så kunde respondenterna ändra vissa attityder mellan enkät A och B och detta kan påverka reliabiliteten för enkäterna i denna undersökning.

För att öka reliabiliteten använde forskarna 'test- retest' principen. Vissa frågor fanns med i båda enkäterna. Om svaren överensstämmer på dessa frågor så ökar reliabiliteten. Ett problem är dock att forskarna inte vet om samma personer besvarade båda enkäterna. Testpiloterna var anonyma då de svarade på enkäterna, detta var orsaken till att inga jämförelser gjordes på samma individers svar i de båda enkäterna. Däremot utfördes jämförelser mellan grupperna i enkäterna för att utröna om dessa hade stabila attityder. Forskarna försökte korta ner texterna till scenarierna och de objektiva beskrivningarna av tekniken så att det blev lättare för respondenterna att besvara enkäterna. En anledning till att forskarna kunnat göra dessa förändringar var att enkäterna testades på klasskamrater samt vänner utan universitetsutbildning. Genom att personer fick läsa igenom enkäterna för att därefter komma med feedback om förbättringar så ökades precisionen på mätinstrumenten. Genom den objektiva beskrivningen av tekniken förbättrades reliabiliteten eftersom alla respondenter som läste dessa fick samma förutsättningar att kunna besvara enkätfrågorna. Förkunskapen blir på detta sätt mindre avgörande och reliabiliteten ökar.

Validitet

*Validitet är ett mätinstruments giltighet att användas i en viss situation. Alltså det som forskarna vill mäta är i själva verket det som mäts.*⁶⁵

Begreppsvaliditeten

*Begreppsvaliditet innebär att mätinstrumentet ska mäta en abstrakt företeelse.*⁶⁶ I denna rapport undersöktes personlig integritet. Hot mot begreppsvaliditeten kan inträffa då definitioner som används i studier inte har bärighet. Detta leder till att i praktiken så måste undersökningen ha relevans både för de beroende och oberoende variablerna för att kunna säkerställa begreppsvaliditeten. För att skapa begreppsvaliditet i enkäterna så bör frågorna/scenarios ha ett utseende som fångar in svar som gör det möjligt att besvara de forskningsfrågor som ställs. De

⁶⁴ Goodwin, J. (1998)

⁶⁵ Goodwin, J. (1998)

⁶⁶ Goodwin, J. (1998)

operationaliserade begreppen ska överensstämma med de teoretiska. Går det verkligen att mäta en attityd genom t.ex. en enkät? En attityd baseras på individens subjektiva bedömning och den kan påverkas av många olika faktorer.

Intern validitet

*Undersökningsgruppen står i fokus. Något syfte att generalisera utanför denna grupp existerar inte. Intern validitet kan endast garanteras om alla potentiella ovidkommande variabler har kontrollerats och tagits hand om.*⁶⁷ Undersökningsgruppen i detta fall utgjordes av medlemmarna på testplats Botnia. Forskarna hade ingen kontroll på om respondenterna besvarade enkäterna på ett ärligt sätt. Vad motiverade de testpiloter som besvarade enkäterna? Det var frivilligt att besvara dessa enkäter. De individer som besvarade enkäterna fick bonuspoäng, som i sin tur gav rabatterbjudanden. Om frågorna i enkäterna eller enkäterna som helhet var för långa kan det ha påverkat den interna validiteten negativt eftersom det kan innebära att respondenterna inte orkade fylla i dessa eller att de gav upp halvvägs. Det visades sig att några (3 till 5 personer i vardera enkät) respondenter endast fyllde i ett fåtal frågor för att sedan ge upp. Några respondenter hoppade över vissa frågor då de besvarade enkäterna. Testpiloterna kan ha influerats av händelser som har inträffat i deras närmiljö när de fyllde i enkäterna, vilket humör de var på när de fyllde i dessa kan också vara av betydelse. Respondenterna kanske har ljugit om sin ålder/kön då de blev medlemmar på testplats Botnia. Det fanns ingen möjlighet för forskarna att kontrollera om det var testpiloterna själva som besvarade enkäterna eller om det var någon annan i deras omgivning som gjorde detta, eller om de fick hjälp med att fylla i dessa. Forskarna måste lita på att testpiloterna var ärliga i dessa avseenden. Ett systematiskt fel som kan uppstå i denna undersökning var att respondenterna antog att forskarna ville ha en positiv eller negativt evaluering av testpersonerna attityder angående tekniken. Detta kan leda till att de svarade på ett sätt som tillfredsställde forskarna. Alltså svaren reflekterade delvis respondenters motivation att tillfredsställa författarna istället för att framhäva deras egna personliga attityder. Ett annat uppenbart hot mot interna validiteten/reliabiliteten var att vissa beskrivningar/uppgifter som respondenterna utsattes för kan ha varit reaktiva. Det vill säga att om individerna fick reda på att t.ex. ICA registrerar alla kunders inköp och behandlar dessa uppgifter efter deras egen agenda så kanske vissa frågor besvarades i ett uppjagat tillstånd och därmed gav de svar som var starkt influerade av den uppkomna situationen. En aspekt som gjorde att den interna validiteten ökade var att i de öppna svaren var det ingen av respondenterna som framhävde att de inte förstod frågorna. Det visade sig också att många testpiloter var positivt inställda till enkäterna och deras innehåll. Det kan vara ett tecken på att respondenterna hade en hög motivation och besvarade enkäterna på ett ärligt sätt. Forskarna vet inte om det var samma individer som besvarade enkäterna. Detta kan leda till att det blir skillnader mellan svaren i de båda enkäterna. Ibland hade den ena enkäten ett betydligt högre/lägre medelvärde än den andra enkäten på samma fråga. Det var dock fler individer som besvarade enkät A än enkät B vilket gav ett mer trovärdigt statistiskt resultat. Men å andra sidan fanns det scenarior i enkät B som kunde ge en mer komplex bild av tekniken och hur denna kan användas i praktiken. Även om det fanns skillnader i medelvärden mellan enkäterna så var dessa *sällan motsägande*.

Extern validitet

*Om de resultat som framkom vid undersökningen skall kunna generaliseras till andra liknande grupper så måste mätinstrumentet ha extern validitet.*⁶⁸ Då kan resultatet av undersökningen generaliseras till andra populationer, förhållanden, tidpunkter och platser. Vilka var det som egentligen besvarade enkäterna i denna undersökning? Kan det vara så att detta ämne intresserade framförallt de som var teknikintresserade? Resultatet påvisade också att respondenterna hade ett

⁶⁷ Goodwin, J. (1998)

⁶⁸ Goodwin, J. (1998)

stort teknikintresse. Forskarna menar att de som besvarade enkäterna var 'early adopters', det vill säga individer som lätt tar till sig ny teknik. De flesta av dessa har förmodligen ett större intresse av teknik jämfört med den övriga befolkningen. Hur påverkade detta synen på personlig integritet? Det kanske blir svårt att generalisera resultatet i denna undersökning till den myndiga svenska befolkningen. Skulle samma resultat ha framkommit om en annan urvalsgrupp hade besvarat enkäterna? Detta kan innebära ett hot mot den externa validiteten eftersom resultatet av studien ska vara applicerbart på andra populationer än just den på testplatsen. Vilka kriterier krävs för att personer skall kunna ingå på testplats Botnia? Testpiloterna ska ha tillgång till en mobiltelefon samt Internet för att kunna bli en testpilot. Hur får individer egentligen information om denna plattform existerar samt vilka får denna information? Detta leder alltså till att en stor del av den svenska populationen inte har möjlighet att bli testpiloter. Antagligen fick inte forskarna tag i de individer som är mest kritiska mot tekniksamhället. De har troligtvis inget intresse att vara ute på nätet och besvara enkäter på t.ex. testplats Botnia. Denna grupp kommer undersökningen inte åt. Det är troligtvis dessa som ser tekniken som ett större hot mot deras integritet än de som är teknikintresserade. Könsfördelningen på denna plattform var inte helt representativ för den svenska befolkningen eftersom det var fler män som var testpiloter än kvinnor då enkäterna presenterades. Slutligen kan sägas att den externa validiteten hotas och det blir svårt, hart när omöjligt att göra en generalisering till andra populationer än den som ingick i detta forskningsprojekt.

Övriga funderingar

Det forskarna har studerat är ett område som är relativt outforskat och detta innebär att det var ganska svårt att hitta relevanta teorier. Det blev i vissa fall svårt att diskutera signifikanta skillnader mellan grupperna eftersom det var svårt att koppla dessa resultat mot den teoretiska bakgrund som finns. Framförallt gäller detta vilka aktörer som kan missbruka/ha tillgång till viss teknik. De blev ett stort bortfall i och med att inte alla testpiloter besvarade enkäterna. Enkät A besvarades av 238 respondenter utav cirka 3500 medlemmar. Enkät B besvarades av 139 respondenter utav cirka 5000 medlemmar. Det faktum att det var färre individer som besvarade enkät B så blev det mest troligt inte lika många signifikanta skillnader mellan grupperna som om det hade varit lika många respondenter som i enkät A. Genom att det var mindre än 10 % av testplatsens population som deltog i undersökningen kan det innebära att urvalet som erhålls inte är helt representativ för testplatsens population. Orsakerna till att så få individer besvarade enkäterna kan vara att det var frivilligt att fylla i enkäterna, forskarna vet inte heller hur många personer som regelbundet brukar besvara veckoenkäterna. Forskarna undersökte inte om resultatet överensstämde med den kausala modellen. En av orsakerna till detta var att denna forskning hade för avsikt att kartlägga integritetsfären och inte att bekräfta om modellen stämmer eller inte. Den kausala modellen kan mer ses som ett redskap för att förstå hur attityder skapas angående integritetsupplevelsen. Modellen användes också som ett hjälpmedel för att skapa enkätfrågorna. Scenarierna i enkäterna kan i viss mån tolkas på olika sätt av olika individer. Till exempel scenariot om det är acceptabelt att föräldrar kan övervaka sina barns aktiviteter på Internet. De äldre kanske sätter sig in i föräldrarnas perspektiv och de unga kanske sätter sig in i barnets perspektiv. Detta kan leda till att det blir en stor skillnad i de äldre och de ungas svar på detta scenario.

4.6 Fortsatt forskning

Det finns oerhörda möjligheter för fortsatt forskning kring personlig integritet. Forskarna har i denna undersökning i princip 'bara skrapat på ytan'. Andra exempel på fortsatt forskning skulle kunna vara;

- Undersökning som utförs på en population som inte är 'early adopters'. Vilka skillnader i resultat kan detta ge?
- Finns det skillnader mellan en population som bor på landsbygden jämfört med de som bor en tätort angående attityder mot tekniken?
- Hur resonerar de individer som t.ex. inte har en mobiltelefon och/eller inte brukar Internet? Vilken koppling finns gentemot den personliga integriteten?
- Personlig integritet mot andra teknikområden t.ex. mobiltelefoner med kamera.
- Hur skiljer sig den personliga sfären mellan en hemmamiljö respektive en arbetsplats?
- Finns det skillnader i synen på personlig integritet för de med olika kulturella bakgrunder?

Referenser

- Ajzen, I. (1988) *Attitudes, personality and behaviour*. Great Britain: Open University Press
- Andersson, M. (1996) *Integritet som begrepp och principer*. Malmö: Åbo Akademis förlag
- Brin, D. (1988) *The transparent society*. USA: Perseus Books
- Brehm S. mfl. (1999) *Social Psychology*. USA: Houghton Mifflin Company
- Carlell, C. (2001) *Technology in everyday life*. Edsbruk: Akademitryck AB
- Charon, J. (2001) *Symbolic Interactionism*. USA: Prentice Hall
- Clare, C. & Stuteley, G. (1995) *Information Systems- Strategy to Design*. London: Chapman & Hill
- Dix, A. mfl. (1997) *Human - Computer Interaction*. Glasgow: Prentice Hall
- Egidius, H. (2002) *Psykologi lexikon*. Smedjebacken: Natur & Kultur
- Flaherty, D. (1989) *Protecting privacy in Surveillance Societies*. The University of North Carolina Press: Chapel Hill and London
- Goodwin, J. (2002) *Research in psychology-methods and design*. USA: John Wiley & Sons, Inc
- McKenna, E. (2000) *Business Psychology and Organisational Behaviour*. Great Britain: Psychology Press Taylor & Francis Group
- Lewin, L. (1998) *Upptäckten av framtiden*. Göteborg: Norstedts Juridik AB
- Nek, L. (1997) *Personlig integritet - den privata sfären*. Stockholm: Författarens Bokmaskin/Ordgruppen
- Olsson, A. (2000) *Privatliv & Internet-som olja och vatten*. Stockholm: TELDOK och KFB – Kommunikationsforskningsberedningen
- Orwell, G. (1984) *1984*. Avesta: Bra Böcker
- Postman, N. (1993) *Tecnoploy*. USA: Vintage Books
- Sandberg, L. (2001) *Utvärdering av eStreet, fas 2-pilotreaktioner*. Opublicerad
- Siepel, P. (1997) *Juridik och IT- Introduktion till rättsinformatiken*. Lund: Nordstedts förlag AB
- SOU 2002:18 *Yttrande över betänkandet Personlig integritet i arbetslivet*
- Stones, E.F. and Stone D.L. (1990b) *Privacy in organizations: Theoretical issues, research findings, and protection mechanism*. Research in Personnel and Human Resource Management, Vol. 8, pp. 349-411

Strömholm, S (1971) *Integritetsskyddet – Ett försök till internationell lägesbestämning*. SvJT

Sykes, C. (1999) *End of privacy*. USA: St. Martin's Press

Synnes, K. (2002) *Location privacy in the Alipes platform*. Research report 2002:08, Luleå universitet

Wells, D (1987) *Guide to GPS Positioning*. New Brunswick: Canadian GPS Associates

Westin, A. (1967) *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum

Zimbardo, P. (1991) *The psychology of attitude change and social influence*. USA: McGraw-Hill

Internetadresser

<http://www.riksdagen.se/rdinfo/information.asp>, 2003-08-20

http://www.intime.nu/nyheter_och_media.html, 2003-05-13

<http://www.belanna.frontec.se/doc/about/se> , 2003-05-13

http://www.nyteknik.se/pub/ipsart.asp?art_id=25599 , 2003-05-13

<http://www.pcfforall.idg.se/tjanster/dataordboken/>, 2003-12-04

Galleta, D. Grant, R. (2000) *Silicon supervisors and stress: Merging new evidence from the field*

http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V8H-47RYW8D-4&_user=650452&_coverDate=03%2F31%2F2003&_alid=142959310&_rdoc=7&_fmt=full&_orig=search&_cdi=5871&_sort=d&_st=4&_docanchor=&_acct=C000035038&_version=1&_urlVersion=0&_userid=650452&_md5=67a6f32ef3f41921e0f247acaa196b7 , 2003-05-15

Lunt, P. Olivero, N. (2002) *Privacy versus willingness to disclose in e-commerce exchanges: The effect of risk awareness on the relative role of trust and control*

http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V8H-47RYW8D-4&_user=650452&_coverDate=03%2F31%2F2003&_alid=142959310&_rdoc=7&_fmt=full&_orig=search&_cdi=5871&_sort=d&_st=4&_docanchor=&_acct=C000035038&_version=1&_urlVersion=0&_userid=650452&_md5=67a6f32ef3f41921e0f247acaa196b7 , 2003-05-15

Stanton , J. M. (2000) *Weiss Electronic monitoring in their own words: an exploratory study of employees experiences with new types of surveillance*

http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6VDC-40T9HFB-4&_user=650452&_coverDate=07%2F01%2F2000&_alid=142964751&_rdoc=32&_fmt=full&_orig=search&_cdi=5979&_sort=d&_st=4&_docanchor=&_acct=C000035038&_version=1&_urlVersion=0&_userid=650452&_md5=fca6ce73a2feb6798154265aa05d7031 , 2003-05-15

Tidskrifter

Aftonbladet (2003-03-17) *ICA vet allt om dina vanor*

Apropå (1/2003) *Kameran och integriteten*

Dagens Industri (2003-03-06) *Chefen kan läsa din e-post med spionprogram*

Internetworld (2/00) *Du är kartlagd, www.idg.se/iworld*

Svenska Dagbladet (2000-03-16) *Idag finns det skäl att varna för Storebror*

Bilaga 1 Enkät A

Ålder:_____

Kön: Kvinna Man

1. I vilken utsträckning är du teknikintresserad?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

När en arbetstagare använder arbetsgivarens datorer medför det att t.ex. e-post kan komma att lagras på arbetsgivarens server. Det gör att arbetsgivaren har möjlighet att läsa de anställdas e-post. Det finns speciella spionprogram som innebär att man kan övervaka andras aktiviteter på Internet utan deras vetskap. Detta medför t.ex. att en förälder kan läsa sina barns mejl. På Internet finns det "crackprogram" att hämta som gör det möjligt för privatpersoner att läsa andra privatpersoners mejl.

2. Hade du kunskap om att mejl kan avläsas av obehöriga?

Ja Nej

3. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att mejl kan avläsas av obehöriga?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

"Cookies" är en liten datamängd med information som webbservern kan lagra på användarens hårddisk när denne besöker en webbplats. Webbservern kan läsa av denna cookie och på så sätt kan webbplatsen automatiskt anpassas efter vad användaren gjort där tidigare. Det innebär att den motorintresserade surfaren skulle kunna få reklam för Teknikens värld, Goodyear etc.

4. Hade du kunskap om cookies och dess följder?

Ja Nej

5. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att cookies kan användas?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

Då du surfar på Internet lämnar du "elektroniska spår" på varje webbplats du besöker. På webbserverns loggfil lagras användarens Internetadress (IP nummer), vilken typ av dator man har, vilken webbläsare man använder samt vid vilken tidpunkt man besökte webbservern. Dessutom kan man se vilka sidor på servern som användaren har besökt.

6. Hade du kunskap om att du lämnar efter dig elektroniska spår då du är ute och surfar på Internet?

Ja Nej

7. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att du lämnar efter dig elektroniska spår då du är ute och surfar på Internet?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

"Datamining" är en teknik som används för att utvinna dold eller tidigare okänd information ur stora databaser. Genom detta kan man få fram information om den enskilda individen. Man kan t.ex. se vad individen köper på Internet. Därmed kan individen placeras i en speciell kategori och prognoser kan göras utifrån detta om hur individen kommer att agera i framtiden, vilka intressen man har, konsumtionsvanor etc.

8. Hade du kunskap om datamining och dess följder?

Ja Nej

9. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att datamining kan användas?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

10. I vilken utsträckning kommer Du att ändra ditt beteende på Internet på grund av den information som kan bli tillgänglig om dig?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

11. I vilken grad tycker Du att den information som kan inhämtas via datorn/Internet (mejl, cookies, elektroniska spår, datamining) är integritetskränkande?

Inte alls I mycket hög grad
0 1 2 3 4

12. I vilken grad tycker du att följande aktörer ska ha tillgång till information som Du lämnar efter dig vid användandet av datorn (t.ex. mejl, cookies, elektroniska spår, datamining)?

a) Din familj

Inte alls I mycket hög grad
0 1 2 3 4

b) Arbetsgivare

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

13. I vilken grad tror du att informationsinsamlandet via datorn/Internet (t.ex. mejl, cookies, elektroniska spår, datamining) kan missbrukas av:

a) Din familj

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

b) Arbetsgivare

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

Mobil position

Tjänsten positionering innebär att man via det mobila telefonnätet har möjlighet att geografiskt lokalisera var någonstans en specifik mobiltelefon befinner sig. Förflyttar man sig med mobiltelefonen påslagen kan de geografiska rörelserna registreras.

14. Hade du kunskap om att man via din mobiltelefon kan ta reda på var du befinner dig geografiskt?

Ja Nej

15. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att man via din mobiltelefon kan ta reda på var du befinner dig geografiskt?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög utsträckning

16. I vilken utsträckning kommer Du att ha mobiltelefonen avslagen på grund av att den går att positionera?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög utsträckning

17. I vilken grad tycker Du att tjänsten positionering är integritetskränkande?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

18. I vilken grad tycker du att följande aktörer ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering?

a) Din familj

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

b) Arbetsgivare

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

19. I vilken grad tror du att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av:

a) Din familj

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

b) Arbetsgivare

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

Kundkort som samlar in information

Många matvarukedjor/företag erbjuder idag kundkort till sina konsumenter. Genom att använda kundkorten får individerna bl.a. bonuspoäng och olika rabatterbjudanden. Då du använder ett kundkort så finns en möjlighet för företaget att registrera alla dina inköp, var du har handlat samt vid vilken tidpunkt. Företaget kan nu bearbeta denna information från kunderna och samla denna i en växande databas för att på så sätt uppfatta köpmönster och därmed förutsäga deras kunders önskemål. Företagen kan även sälja vidare informationen till andra intressenter som därmed också har möjlighet att skicka ut direktadresserad reklam på basis av dina inköp.

20. Hade du kunskap om att man via kundkort kan registrera dina inköp och på så sätt få en bild av dina konsumtionsvanor?

Ja Nej

21. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att man via kundkort kan registrera dina inköp och på så sätt få en bild av dina konsumtionsvanor?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög utsträckning

22. Hade du kunskap om att man, genom den information som fås via kundkortet, kan anpassa den reklam som skickas hem till dig?

Ja Nej

23. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att man, genom den information som fås via kundkortet, kan anpassa den reklam som skickas hem till dig?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög utsträckning

24. Hade du kunskap om att man via kundkortet kan sälja information om dina köpvanor vidare till tredje part?

Ja

Nej

25. I vilken utsträckning är Du orolig/bekymrad över att man via kundkortet kan sälja information om dina köpvanor vidare till tredje part?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög utsträckning

4

26. I vilken utsträckning kommer Du att ändra ditt beteende gällande användandet av kundkortet på grund av den information som kan bli tillgänglig om dig?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög utsträckning

4

27. I vilken grad tycker Du att informationsinsamlandet via kundkortet är integritetskränkande?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög grad

4

28. I vilken grad tycker du att kommersiella organisationer ska kunna få tillgång till informationen som kan erhållas via kundkortet?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög grad

4

29. I vilken grad tror du att informationsinsamlandet via kundkortet kan missbrukas av kommersiella organisationer?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög grad

4

Fysisk övervakning

30a) Sven 77 år har under den senaste tiden blivit allt mer förvirrad. Han har en tendens att glömma saker och då han går ut på egen hand hittar han sällan tillbaka till sin bostad. Hans två barn vill nu att han ska förses med ett elektroniskt armband som innebär att hans position alltid kan fastställas. Barnen tror att detta leder till en ökad säkerhet för Sven.

I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög utsträckning

4

30b) Dessutom vill Svens anhöriga att övervakningskameror installeras i hans rum så att de via Internet kan se dygnet runt vad han gör. Barnen tror att detta innebär en ökad säkerhet för Sven.

I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

31a) I en kommun vill de ansvariga för äldreomsorgen förbättra vården för de boende som är mest förvirrade t.ex. de som är senildementa. Därför vill man förse vårdtagarna med ett elektroniskt armband som gör att deras position alltid kan fastställas. Detta utförs för att öka säkerheten för de boende samt underlätta arbetet för vårdpersonalen.

I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

31b) Dessutom vill kommunen att övervakningskameror installeras i deras rum så att personalen via Internet kan se dygnet runt vad de äldreboende gör. Detta utförs för att öka säkerheten för de boende samt underlätta arbetet för vårdpersonalen.

I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

32. Ett företag har infört ett nytt övervakningssystem. På arbetsplatsen finns det övervakningskameror som övervakar de anställdas aktiviteter. Alla tangentnedtryckningar som de anställda utför registreras etc. Anders och Johan jobbar på samma företag och med liknande arbetsuppgifter. Anders tycker övervakningssystemet är bra eftersom det ökar produktiviteten och leder till att man "skärper sig". De som presterar bra har därigenom större möjlighet att bli "belönade" vid nästa löneförhandling. Johan tycker däremot att övervakningen är ett störande och stressande moment. Han menar att man känner sig bevakad och kontrollerad hela tiden och att detta leder till att man får en sådan press på sig att det blir svårt att prestera sitt yttersta.

I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

33. Under den senaste tiden har alla taxibolag i en mellanstorstad i Sverige installerat övervakningskameror i sin taxibilar pga. det ökade våldet mot taxichaufförerna. Två månader senare så finns det delade åsikter angående detta bland de involverade (t.ex. taxichaufförerna och passagerarna). De som finner övervakningen positiv menar att våldet mot taxichaufförerna har minskat samt att färre personer smiter ifrån betalningen. Detta medför en ökad säkerhetskänsla. Motståndarna mot detta anser att det är obehagligt att bli övervakad då man åker taxi. De vet inte vem som har tillgång till det inspelade materialet eller hur länge detta sparas i databaser.

I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

34. En butik som säljer kläder har infört övervakningskameror i provhytterna. Detta för att komma åt problemet med att det stjäls så mycket varor. Greta anser att butiken har rätt att införa övervakningskameror i provhytterna eftersom problemet med stölderna måste lösas. Hon bryr sig inte om att hon filmas då hon provar kläder eftersom det är för butikens bästa. Greta är övertygad om att butiken hanterar övervakningsmaterialet på ett diskret sätt. Anna däremot tycker inte alls om att någon filmar henne då hon byter om. Hon upplever detta som obehagligt. Dessutom vet hon inte hur det inspelade materialet kommer att hanteras. Kanske någon obehörig kan få tag i detta och lägger ut detta på nätet? Anna tycker att butiken kan lösa problemet med snatteriet på ett annat sätt.

I vilken utsträckning tycker du att övervakningssystemet ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls I mycket hög utsträckning
0 1 2 3 4

35. Vad tycker du är integritetskränkande?
(T.ex. beskriv situationer, händelser, egna erfarenheter)

Bilaga 2 Enkät B

Ålder: _____

Kön: Kvinna Man

1. I vilken utsträckning är du teknikintresserad?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög utsträckning

4

En kort beskrivning av de tekniska aspekterna kommer att beröras före varje nytt ämnesområde. Läs igenom dessa så att du lättare kan besvara frågorna!

När en arbetstagare använder arbetsgivarens datorer medför det att t.ex. e-post kan komma att lagras på arbetsgivarens server. Det gör att arbetsgivaren har möjlighet att läsa de anställdas e-post.

Det finns speciella spionprogram som innebär att man kan övervaka andras aktiviteter på Internet utan deras vetskap. Detta medför t.ex. att en förälder kan läsa sina barns mejl.

På Internet finns det "crackprogram" att hämta som gör det möjligt för privatpersoner att läsa andra privatpersoners mejl.

"Cookies" är en liten datamängd med information som webbservern kan lagra på användarens hårddisk när denne besöker en webbplats. Webbservern kan läsa av denna cookie och på så sätt kan webbplatsen automatiskt anpassas efter vad användaren gjort där tidigare. Det innebär att den motorintresserade surfaren skulle kunna få reklam för Teknikens värld, Goodyear etc.

Då du surfar på Internet lämnar du "elektroniska spår" på varje webbplats du besöker. På webbserverns loggfil lagras användarens Internetadress (IP nummer), vilken typ av dator man har, vilken webbläsare man använder samt vid vilken tidpunkt man besökte webbservern. Dessutom kan man se vilka sidor på servern som användaren har besökt.

"Datamining" är en teknik som används för att utvinna dold eller tidigare okänd information ur stora databaser. Genom detta kan man få fram information om den enskilda individen. Man kan t.ex. se vad individen köper på Internet. Därmed kan individen placeras i en speciell kategori och prognoser kan göras utifrån detta om hur individen kommer att agera i framtiden, vilka intressen man har, konsumtionsvanor etc.

2. Jan köper en hel del saker via Internet. Han beställer t.ex. mjällschampo, öl från Tyskland samt ögonlinser. Vad Jan inte vet är att företag har skapat en profil om honom på basis av hans agerande på nätet.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls

0

1

2

3

I mycket hög utsträckning

4

3. Eva chattar och surfar ofta på Internet. Många sajter registrerar sina webbesökare och skickar därefter reklam till dessa individer. Eftersom hon besöker många olika sajter har hon senaste tiden överösts av direktadresserad reklam. Utav dessa erbjudanden är det en hel del som Eva inte är speciellt intresserad av.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

4. Erik jobbar på ett företag. Erik blir förvånad då han en dag blir inkallad till chefen som hävdar att Erik har besökt "olämpliga" sajter under arbetstid. Hans chef kan nämligen se vilka sajter de anställda besöker. Erik ombeds sluta med detta.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

5. Niklas är en inbiten flugfiskare. Han surfar ofta på olika sajter som innehåller information om flugfiske, fiskeutrustning osv. En dag besöker han fiskeföretaget Glada mörtens hemsida. En vecka senare får han hemskickat till sin bostad ett förmånligt erbjudande om fisketillbehör. Detta är möjligt genom att Glada mörtens registrerar alla sina webbesökare och därefter skickar reklam till dessa individer.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

6. Ett nystartat företag har som affärsidé att genom "datamining" ta reda på privatpersoners intressen samt konsumtionsvanor. Information som man får om privatpersoner säljs senare vidare till olika företag som är intresserade av denna. Dessa företag kan på så sätt skicka ut direktriktad reklam till individer som har en specifik profil. Till exempel så skickas erbjudanden om en förmånlig prenumeration av tidningen Motornytt till individer som enligt profilen är motorintresserade.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

7. Lena arbetar på en firma. Till sin förvåning får hon en dag ett mejl från sin arbetsgivare där denne varnar henne att hon måste upphöra med att skriva privata mejl under arbetstid. Chefen har uppmärksammat att Lena skickar alldeles för många mejl med privat innehåll. Förra veckan skickade hon en dag t.ex. 27 mejl till en Anders Svensson. Lenas arbetsgivare menar att hon missbrukar mejlen under arbetstid samt att hennes effektivitet minskar genom detta tilltag.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

8. Lotta har ett tonårsbarn som hon är riktigt orolig över. Hon är bekymrad för att hennes flicka "chattar" med äldre män på Internet. Lotta känner att det är hennes plikt som mamma att skydda sitt barn. Hon har därför köpt ett spionprogram för att på så sätt kunna kontrollera sitt barns aktiviteter på Internet och förhoppningsvis förhindra att dottern "råkar illa ut".

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

9. Bertil och Ove är bröder. Nu har det kommit sig så att båda har blivit intresserade av samma kvinna, nämligen Sarah. Båda herrarna skriver mejl dagligen till henne. För att ligga steget före Ove så bestämmer sig Bertil för att ta reda på vad Sarah skriver i sina mejl till Ove. Bertil kan läsa Oves mejl genom att använda ett spionprogram.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

10. Ett företag övervakar sina anställda, dock med deras vetskap, genom att använda ett spionprogram. Detta görs för att förhindra att de anställda missbrukar Internet under arbetstid, som t.ex. att de spelar dataspel.

I vilken utsträckning tycker du att tekniken ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

11. I vilken utsträckning kommer Du att ändra ditt beteende på Internet på grund av den information som kan bli tillgänglig om dig?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

12. I vilken grad tycker Du att den information som kan inhämtas via datorn/Internet (mejl, cookies, elektroniska spår, datamining) är integritetskränkande?

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

13. I vilken grad tycker du att följande aktörer ska ha tillgång till information som Du lämnar efter dig vid användandet av Internet (t.ex. mejl, cookies, elektroniska spår, datamining)?

a) Din familj

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

b) Arbetsgivare

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

14. I vilken grad tror du att informationsinsamlandet via Internet (t.ex. mejl, cookies, elektroniska spår, datamining) kan missbrukas av:

a) Din familj

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

b) Arbetsgivare

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

Kundkort

Många matvarukedjor/företag erbjuder idag kundkort till sina kunder. Genom att använda kundkortet får individerna bl.a. bonuspoäng och olika rabatterbjudanden. Då du använder ett kundkort så finns en möjlighet för företaget att registrera alla dina inköp, var du har handlat samt vid vilken tidpunkt. Företaget kan nu bearbeta denna information från kunderna och samla denna i en växande databas för att på så sätt uppfatta köpmönster och därmed förutsäga deras kunders önskemål. Företagen kan även sälja vidare informationen till andra intressenter som därmed också har möjlighet att skicka ut direktadresserad reklam på basis av dina inköp.

15. Har du eller din familj ett/flera kundkort (ICA-kort, OK-kort etc.)?

Ja Nej

16. I vilken utsträckning använder du kundkort vid dina inköp?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

17. Hur viktigt är det för dig att få bonuspoäng, rabatterbjudanden osv. då du använder kundkort vid dina inköp?

Inte alls				Mycket viktigt
0	1	2	3	4

18. I vilken utsträckning oroar det dig att kundkortet kan användas för att lagra information om dina inköp av varor?

Inte alls				I mycket hög utsträckning
0	1	2	3	4

19. Hur viktigt tycker du att det är att få reda på hur kundkortets information kommer att användas?

Inte alls				Mycket viktigt
0	1	2	3	4

25. I vilken grad tycker Du att informationsinsamlandet via kundkorten är integritetskränkande?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

26. I vilken grad tycker du att kommersiella organisationer ska kunna få tillgång till information som kan erhållas via kundkorten?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

27. I vilken grad tror du att informationsinsamlandet via kundkorten kan missbrukas av kommersiella organisationer?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög grad

Positionering

Tjänsten positionering innebär att man via det mobila telefonnätet har möjlighet att geografiskt lokalisera var någonstans en specifik mobiltelefon befinner sig. Förflyttar man sig med mobiltelefonen påslagen kan de geografiska rörelserna registreras.

En tjänst som finns idag är inforoad. Med denna kan användaren få aktuell trafikinformation på den vägsträcka man befinner sig genom att SMS meddelanden skickas till mobiltelefonen.

28. Kalle ligger livlös på ett drivande isflak. Hans mobil är påslagen och genom denna kan räddningstjänsten snabbt lokalisera Kalle och hans liv går att rädda.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög utsträckning

29. Malin och Erik har köpt sina barn varsin mobiltelefon. De har skaffat en tjänst som gör det möjligt för oroliga föräldrar att övervaka barnens väg hem från skolan med hjälp av mobiltelefonen. Via SMS får Malin och Erik reda på var sina barn befinner sig geografiskt.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4
I mycket hög utsträckning

30. De anställda på ett företag har av sin arbetsgivare fått en mobiltelefon som *alltid* ska vara påslagen under arbetstid. Chefen kan nu se hur långa lunchraster du tar eftersom han exakt kan positionera dina rörelser. Han kan se på vilket matservering du lunchar på och hur länge du sitter där. På så sätt kan han komma åt de personer som har för vana att ta långa lunchraster. Dessutom kan han se om personalen gör egna privata ärenden under arbetstid, som t.ex. besöker systembolaget klockan två en fredag osv.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

31. Peter är på en firmafest med sina arbetskamrater en lördag kväll. Hans flickvän Maria blir nyfiken på att kolla upp var han befinner sig, eftersom hon anar oråd pga. att Peter har jobbat många sena kvällar de senaste veckorna. Både Peter och Maria har tjänsten mobil positionering och genom denna kan hon lokalisera Peters position.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

32. Du har just haft en riktigt dålig dag och du bestämmer dig för att vara för dig själv ett tag. Din bror, som du inte har kommit så bra överens med på sista tiden, vill kunna få tag i dig. Brodern använder tjänsten mobil positionering för att kunna lokalisera dig och därigenom få möjlighet att träffa dig öga mot öga.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

33. Polisen har fått ett tips om att några personer säljer droger. Eftersom polisen vet de misstänkta individernas namn kan de ta reda på deras mobiltelefonnummer. Genom de misstänkta mobiltelefoner kan polisen nu övervaka deras positioner och på så sätt få en klarare bild över deras aktiviteter.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

34. Du är ute och kör med din bil på E4:an mellan Piteå och Luleå och din position registreras automatiskt av en central databas hos en operatör . Du befinner dig vid Rosvik. Plötsligt får du ett SMS; detta säger att det skett en stor trafikolycka vid Måttsund och vägen är avstängd i båda färdriktningarna. Du har nu möjligheten att ta en alternativ färdväg.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

35. Din bil har utrustats med en teknisk utrustning som möjliggör för myndigheter att positionera alla fordon som har denna teknik installerad. Genom detta kan de spara information om var varje enskild bil färdas under ett givet tidsintervall. Myndigheterna vill undersöka individers körvanor för att bl.a. avgöra om de ska införa vägtullar på vissa vägsträckor.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

36. Ida bor i Boden men är för närvarande och handlar i Luleå. Plötsligt får hon ett SMS där det står att en klädbutik i Luleå har ett extraerbjudande som gäller mellan klockan 13 och 16 denna dag. Denna förmån tillkommer endast de som är anslutna till en specifik tjänst. Denna tjänst innebär att vissa företag kan se var individer som är anslutna till tjänsten befinner sig och kan därmed sända ut SMS meddelanden om erbjudanden till dessa individer.

I vilken utsträckning tycker du att tjänsten ska kunna användas i liknande situationer?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

37. I vilken utsträckning kommer Du att ha mobiltelefonen avslagen på grund av att den går att positionera?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög utsträckning

38. I vilken grad tycker du att tjänsten mobil positionering är integritetskränkande?

Inte alls
0 1 2 3 4 I mycket hög grad

39. I vilken grad tycker du att följande aktörer ska ha tillgång till tjänsten mobil positionering?

a) Din familj

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

b) Arbetsgivare

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

40. I vilken grad tror du att tjänsten mobil positionering kan missbrukas av:

a) Din familj

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

b) Arbetsgivare

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

c) Kommersiella organisationer (t.ex. marknadsförande företag)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

d) Myndigheter (t.ex. Skattemyndigheter, Polis etc.)

Inte alls				I mycket hög grad
0	1	2	3	4

41. Vad tycker du är integritetskränkande?
(T.ex. beskriv situationer, händelser, egna erfarenheter)

42. Egna kommentarer (till det som har berörts):

Bilaga 3 Resultat

Här presenteras de resultat som inte fick plats i resultatdelen i rapporten.

3.1 Teknikintresse

I första frågan i de båda enkäterna fick individerna skatta sitt teknikintresse. Skalan gick från 1 (Inte alls) till 5 (I mycket hög utsträckning).

Tabell 3.1 Uppskattat teknikintresse hos respondenterna.

	Män X	Män SD	Kvinnor X	Kvinnor SD	t-test	Unga X	Unga SD	Äldre X	Äldre SD	t-test
Enkät A	4.54	0.625	3.31	0.880	**	4.31	0.869	3.99	0.898	**
Enkät B	4.37	0.762	3.25	0.912	**	3.92	1.01?	3.91	0.872	ns

* P<.05 **p<.01 ns=not significant.

Tabell 3.1 visar medelvärden (x) och standardavvikelsen (SD) för de fyra olika grupperna i enkät A och enkät B. Enligt denna tabell så hade män ett större teknikintresse än kvinnor i de båda enkäterna. I enkät A hade unga ett högre teknikintresse än äldre, men i enkät B fanns inte denna skillnad. *Hypotes (1)* var att män har ett högre teknikintresse än kvinnor. Det fanns en signifikant skillnad mellan könen i både enkät A och enkät B (p<.01). *Hypotes (2)* var att unga har ett högre teknikintresse än äldre. Det finns en signifikant skillnad mellan åldersgrupperna i enkät A (p<.01). Däremot fanns det inte någon signifikant skillnad mellan åldersgrupperna i enkät B. Medelvärdet för alla individer i enkät A var 4.13 (SD=0.992) och medelvärdet i enkät B för alla individer var 3.91 (SD=0.924).

3.2 Internet

I enkät A fick respondenterna besvara frågor om de hade kunskap angående mejl, cookies, elektroniska spår och datamining (se bilaga 1).

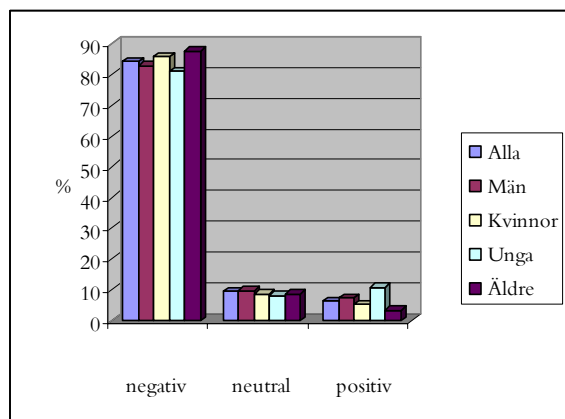
Tabell 3.2 Kunskap om Internet

	Frekvens i %			
Har kunskap om;	Mejl	Cookies	Elektroniska spår	Datamining
Alla	81.5	71.0	88.2	35.3
Män	87.3	81.0	91.8	43.9
Kvinnor	70.0	51.3	81.3	18.8
Unga	85.5	68.7	84.3	29.3
Äldre	78.7	71.9	93.3	42.7

Tabell 3.2 visar individernas kunskap om fyra olika områden inom Internet. Siffrorna visar svarsfrekvens i % för respektive grupp. De flesta individer hade kunskap om mejl, cookies och elektroniska spår. Däremot var det endast cirka 35 % av gruppen alla som hade kunskap om datamining. Det fanns också en viss skillnad mellan könen angående deras kunskap om de olika Internetområdena. Det fanns betydande skillnader mellan könen angående kunskapen om cookies och datamining.

3.2.1 Scenarios till enkät B

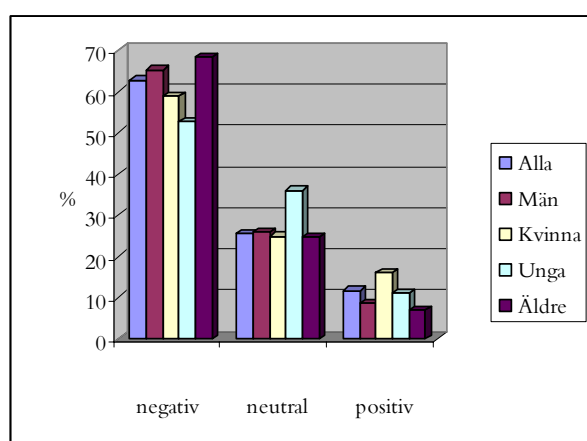
Scenario till fråga 3; Eva chattar och surfar ofta på Internet. Många sajter registrerar sina webbesökare och skickar därefter reklam till dessa individer. Eftersom hon besöker många olika sajter har hon senaste tiden överösts av direktadresserad reklam. Utav dessa erbjudanden är det en hel del som Eva inte är speciellt intresserad av.



Figur 3.1 Direktadresserad reklam från sajter

Figur 3.1 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Tendensen påvisade att majoriteten i samtliga grupper tog avstånd ifrån att webbsajter registrerar sina besökare och att individer därigenom får direktadresserad reklam hemskickad. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=1.65, Män=1.68, Kvinnor=1.61, Unga=1.78 och Äldre=1.60.

Scenario till fråga 5; Niklas är en inbiten flugfiskare. Han surfar ofta på olika sajter som innehåller information om flugfiske, fiskeutrustning osv. En dag besöker han fiskeföretaget Glada mörtens hemsida. En vecka senare får han hemskickat till sin bostad ett förmånligt erbjudande om flugfisketillbehör. Detta är möjligt genom att Glada mörtens registrerar alla sina webbesökare och därefter skickar reklam till dessa individer

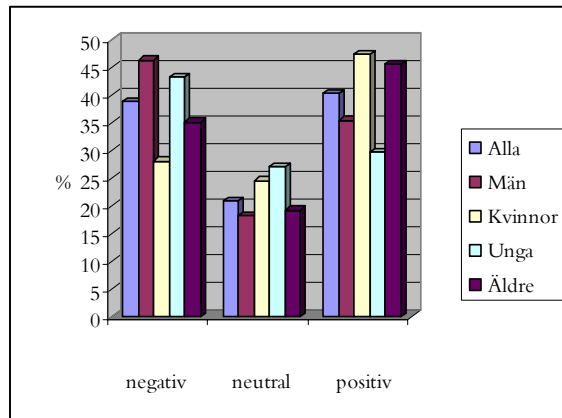


Figur 3.2 Direktadresserad reklam från sajter personer är intresserad av.

Figur 3.2 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Tendensen påvisade att individer i de olika grupperna i huvudsak tog avstånd ifrån att få direktadresserad reklam från sajter. Unga var den grupp som tog minst avstånd ifrån denna teknik och äldre var den grupp som tog mest avstånd ifrån denna

teknik. Kvinnor var den av grupperna som var mest positiv jämfört med de andra grupperna till detta. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.15, Män=2.04, Kvinnor=2.32, Unga=2.25 och Äldre=2.07.

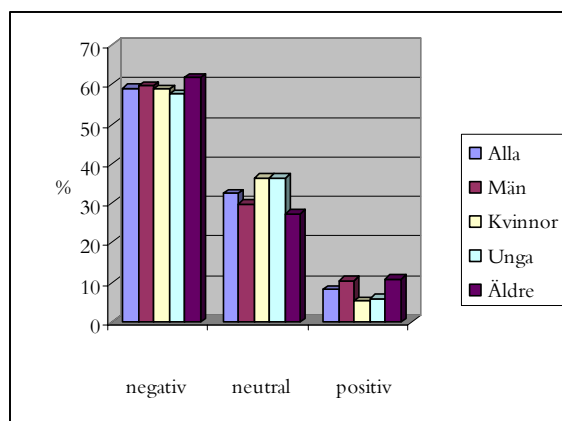
Scenario till fråga 4; Erik jobbar på ett företag. Erik blir förvånad då han en dag blir inkallad till chefen som hävdar att Erik har besökt "olämpliga" sajter under arbetstid. Hans chef kan nämligen se vilka sajter de anställda besöker. Erik ombeds sluta med detta.



Figur 3.3 Arbetsgivare kontrollerar sajter

Figur 3.3 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Tendensen påvisade att individer i de olika grupperna antingen var negativt eller positivt inställda till att arbetsgivaren ska kunna kontrollera de anställdas surfande. Män tog mer avstånd till denna övervakning än vad kvinnor gjorde. Kvinnor är den grupp som var mest positiv, till denna kontroll av de anställda. Unga tog mer avstånd till denna övervakning än vad äldre gjorde. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=3.04, Män=2.89, Kvinnor=3.25, Unga=2.81 och Äldre=3.16.

Scenario till fråga 6; Ett nystartat företag har som affärsidé att genom "datamining" ta reda på privatpersoners intressen samt konsumtionsvanor. Information som man får om privatpersoner säljs senare vidare till olika företag som är intresserade av denna. Dessa företag kan på så sätt skicka ut direktriktad reklam till individer som har en specifik profil. Till exempel så skickas erbjudanden om en förmånlig prenumeration av tidningen Motornytt till individer som enligt profilen är motorintresserade.



Figur 3.4 Genom datamining skapas kundprofiler som sedan säljs vidare till 3:e part

Figur 3.4 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Spridningen inom grupperna påvisade en liknande tendens. Grupperna låg högt i kategorin negativ (57-63 %). Därefter sjunker frekvenserna successivt för de övriga två kategorierna. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.19, Män=2.17, Kvinnor=2.22, Unga=2.27 och Äldre=2.11.

3.3 Mobil positionering

I enkät A fick respondenterna besvara frågor (ja, nej) om deras kunskap angående mobil positionering.

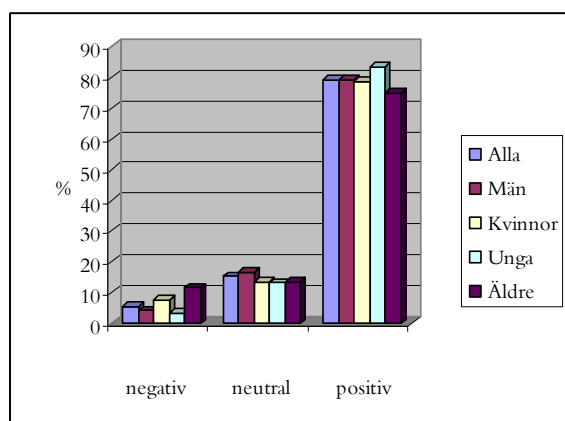
Tabell 3.3 Kunskap om mobil positionering
Frekvens i %

Har kunskap om; Mobil positionering	Frekvens i %
Alla	94.5
Män	96.8
Kvinnor	90.0
Unga	92.8
Äldre	94.4

Tabell 3.3 visar individernas kunskap om mobil positionering. Siffrorna visar svarsfrekvens i % för respektive grupp. De flesta individer hade kunskap om mobil positionering. Det fanns ingen större skillnad i kunskap mellan de aktuella grupperna.

3.3.1 Scenarios till enkät B

Scenario till fråga 34; Du är ute och kör med din bil på E4:an mellan Piteå och Luleå och din position registreras automatiskt av en central databas hos en operatör . Du befinner dig vid Rosvik. Plötsligt får du ett SMS; detta säger att det skett en stor trafikolycka vid Måtsund och vägen är avstängd i båda färdriktningarna. Du har nu möjligheten att ta en alternativ färdväg.

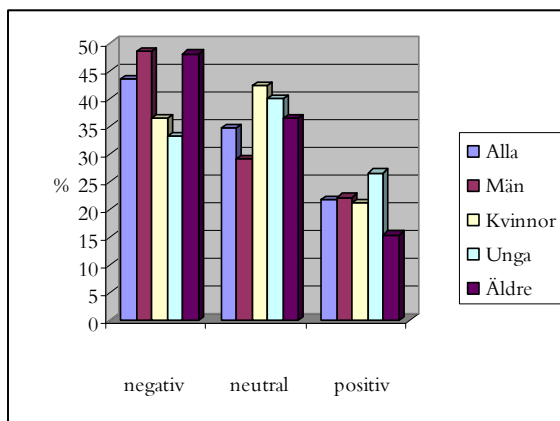


Figur 3.5 Aktuell trafikinformation via SMS

Figur 3.5 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. I överlag var samtliga grupper positivt inställda till att få aktuell trafikinformation via SMS. Svarsfrekvensen i de olika grupperna var relativt lika i de

respektive kategori. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=4.31, Män=4.33, Kvinnor=4.29, Unga=4.40 och Äldre=4.17.

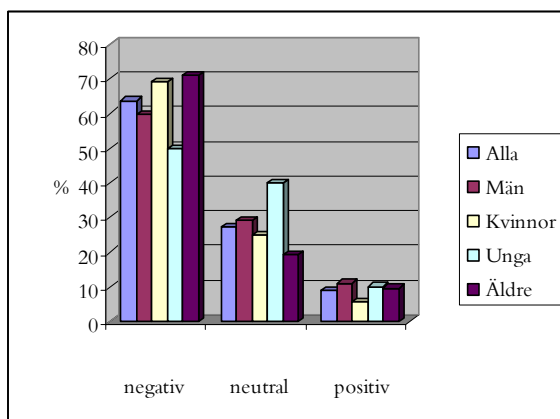
Scenario till fråga 35; Din bil har utrustats med en teknisk utrustning som möjliggör för myndigheter att positionera alla fordon som har denna teknik installerad. Genom detta kan de spara information om var varje enskild bil färdas under ett givet tidsintervall. Myndigheterna vill undersöka individers körvanor för att bl.a. avgöra om de ska införa vägtullar på vissa vägsträckor.



Figur 3.6 Myndigheter positionerar dina körsträckor

Figur 3.6 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Grupperna alla, män och äldre uppvisade en liknande tendens, nämligen en successivt fallande svarsfrekvens mellan kategorierna negativ, neutral och positiv. Kvinnor och unga hade en mer jämn fördelning i svarsfrekvens mellan de olika kategorierna. Män var förhållande till de andra grupperna minst positiv till att tjänsten brukas på detta sätt. Unga var den grupp som var i överlag mest positiv till att myndigheter positionerar individers körsträckor. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.64, Män=2.63, Kvinnor=2.65, Unga=2.83 och Äldre=2.50.

Scenario till fråga 32; Du har just haft en riktigt dålig dag och du bestämmer dig för att vara för dig själv ett tag. Din bror, som du inte har kommit så bra överens med på sista tiden, vill kunna få tag i dig. Brodern använder tjänsten mobil positionering för att kunna lokalisera dig och därigenom få möjlighet att träffa dig öga mot öga.

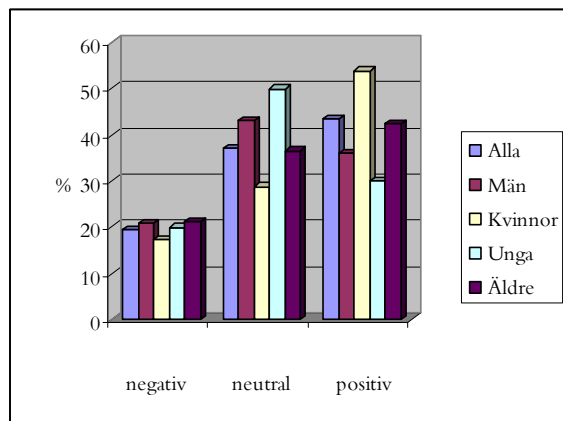


Figur 3.7 Positionering av familjemedlem mot dennes vilja

Figur 3.7 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Mer än hälften av respondenterna i vardera grupp, förutom de unga, tog avstånd ifrån att familjemedlemmar ska kunna positionera mot dennes vilja. Gemensamt för de olika grupperna var en successivt fallande svarsfrekvens från kategorin negativ till kategorin positiv. Det fanns en relativt stor skillnad mellan unga och äldre med avseende på kategorin negativ. Ungefär 49 % av de unga tog avstånd ifrån att tjänsten kan brukas på detta sätt. Samma värde för de äldre var cirka 70 %. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.20, Män=2,33, Kvinnor=2.02, Unga=2.40 och Äldre=2.13.

Hypotes (7) Kvinnor tycker i mindre utsträckning att tjänsten mobil positionering ska användas för positionering av anhörig mot dennes vilja jämfört med män ($p < .05$).

Scenario till fråga 36; Ida bor i Boden men är för närvarande och handlar i Luleå. Plötsligt får hon ett SMS där det står att en klädbutik i Luleå har ett extraerbjudande som gäller mellan klockan 13 och 16 denna dag. Denna förmån tillkommer endast de som är anslutna till en specifik tjänst. Denna tjänst innebär att vissa företag kan se var individer som är anslutna till tjänsten befinner sig och kan därmed sända ut SMS meddelanden om erbjudanden till dessa individer.



Figur 3.8 SMS rabatterbjudanden pga. din position

Figur 3.8 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning tekniken ska kunna användas i liknande situationer. Ungefär 20 % av individerna i respektive grupp tog avstånd ifrån att de kan erhålla rabatterbjudanden via SMS genom tjänsten positionering. Över hälften av kvinnorna var positiva till denna tjänst. Däremot var det endast 30 % av de unga som tyckte att tjänsten skulle användas i hög utsträckning. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=3.35, Män=3.25, Kvinnor=3.50, Unga=3.03 och Äldre=3.33.

3.4 Kundkort

I enkät A fick respondenterna besvara frågor (ja, nej) om deras kunskap angående registrering av inköp via kundkort, direktadresserad reklam samt att information säljs vidare via kundkort till tredje part (se bilaga 1).

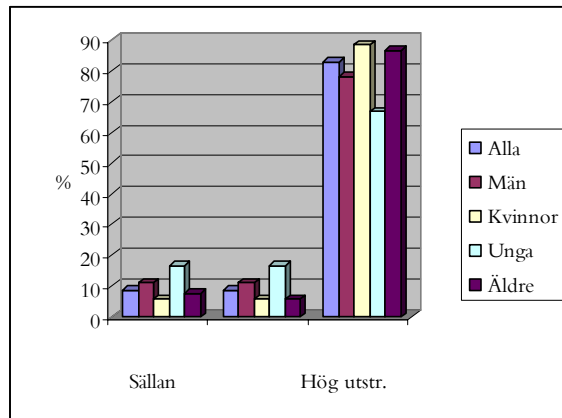
Tabell 3.4 Kunskap om kundkort

Har kunskap om;	Registrering	Frekvens i %	
		Direkt adresserad reklam	Info till 3:e part
Alla	79.9	70.2	50.0
Män	83.9	78.1	58.4
Kvinnor	72.2	55.0	33.8
Unga	72.3	67.5	48.8
Äldre	85.1	75.0	54.5

Tabell 3.4 visar individernas kunskap om 3 olika aspekter av kundkortets användningsområde. Siffrorna visar svarsfrekvens i % för respektive grupp. Individerna hade generellt sett störst kunskap om att det sker en registrering av inköpen via kundkort (79.9 %) och minst kunskap om att information säljs vidare till tredje part (50 %). Kvinnor hade mindre kunskap om direktadresserad reklam samt att information säljs vidare via kundkort till tredje part jämfört med de övriga grupperna.

3.4.1 Övriga frågor om kundkortet

Respondenterna fick ange om de hade tillgång till kundkort. 95.2% av respondenterna svarade att de hade tillgång. 100% av kvinnorna hade tillgång till kundkort.

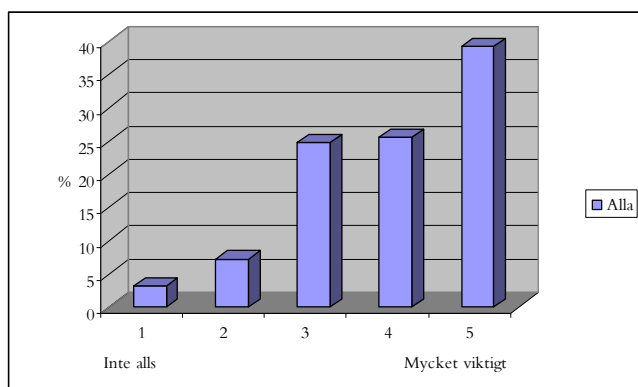


Figur 3.9 Använder kundkort

Figur 3.9 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning de använder kundkort vid sina inköp (bilaga 2, fråga 16). Figuren visade att det är en övervägande del av respondenterna som använder regelbundet kundkort vid sina inköp. Unga var den grupp som använde kundkort i mindre utsträckning jämfört med övriga grupper. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=4.31, Män=4.15, Kvinnor=4.54, Unga=3.77 och Äldre=4.46.

Hypotes (9) Kvinnor använder kundkort vid sina inköp i större utsträckning jämfört med män ($p < .05$).

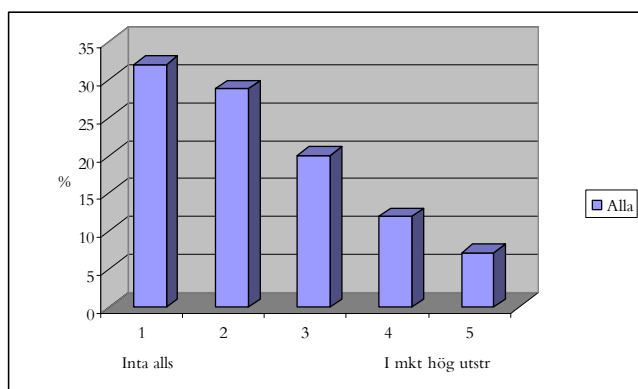
Hypotes (10) Äldre använder kundkort vid sina inköp i större utsträckning jämfört med unga ($p < .01$).



Figur 3.10 Viktigt med bonuspoäng

Figur 3.10 visar frekvens i % för alla individer hur viktigt de tycker att det är att få bonuspoäng samt rabatterbjudanden då de använder sitt kundkort (bilaga 2, fråga 17). Generellt sett verkar detta vara viktigt för individerna.

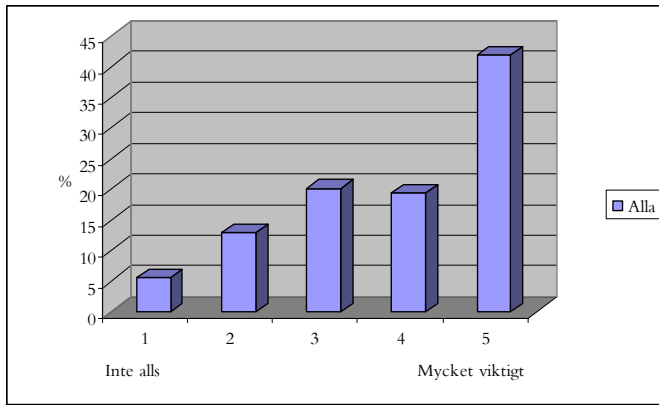
Hypotes (11) För kvinnor är det viktigare att få bonuspoäng vid inköp med kundkort jämfört med män ($p < .05$).



Figur 3.11 Oro över kundkortsinformations lagring

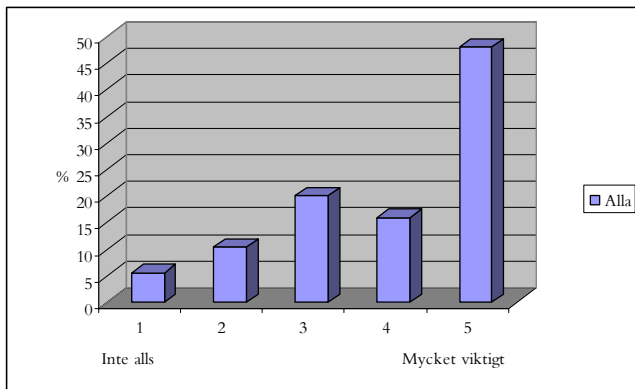
Figur 3.11 visar frekvens i % för alla individer hur oroliga de är att kundkortet kan lagra information om dem (bilaga 2, fråga 18). Ungefär 31 % svarade att de inte alls var orolig över denna informationslagring. Därefter faller svarsfrekvensen successivt.

Hypotes (12) Äldre är i mindre utsträckning oroliga över att kundkortet lagrar information om deras inköp jämfört med unga ($p < .05$).



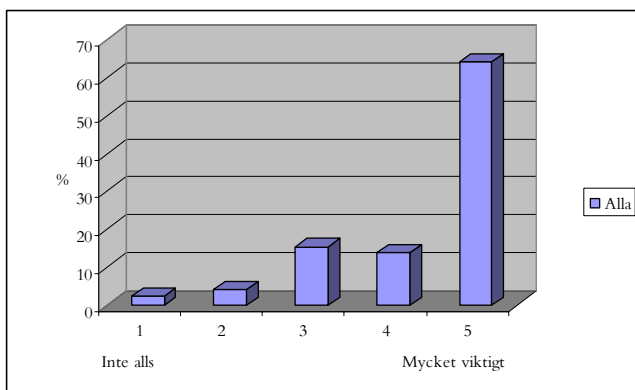
Figur 3.12 Hindra företag ifrån att registrera kunders inköp

Figur 3.12 visar frekvens i % för alla individer hur viktigt det är för respondenterna att kunna hindra företag ifrån att de kan registrera deras inköp (bilaga 2, fråga 23). Det var ungefär 40 % som tyckte detta var mycket viktigt.



Figur 3.13 Få reda på hur kundkortens info. används

Figur 3.13 visar frekvens i % för alla individer hur viktigt det är för respondenterna att få reda på hur kundkortets information kommer att användas (bilaga 2, fråga 19). Ungefär 46 % av respondenterna tyckte att det var mycket viktigt att få reda på denna information.



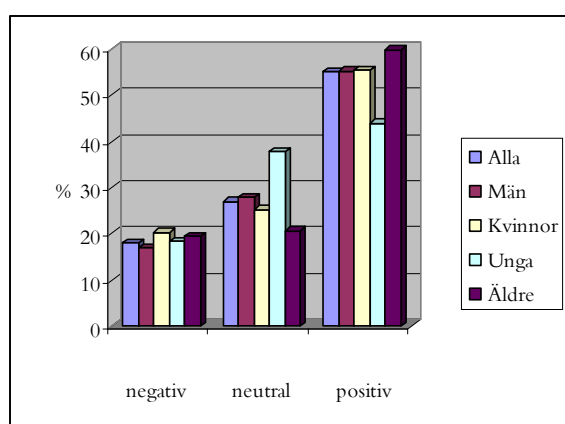
Figur 3.14 Få reda på om info säljs vidare till 3:e part

Figur 3.14 visar frekvens i % för alla individer hur viktigt det är för respondenterna att få reda på om kundkortets information kommer att säljas vidare till 3:e part (bilaga 2, fråga 20). Det var ungefär 60 % av individerna som tyckte att det var mycket viktigt att få kunskap om detta.

Hypotes (13) Män är i högre utsträckning orolig att information om deras köpvanor kan säljas vidare till 3:e part via kundkort jämfört med kvinnor ($p < .05$).

3.5 Enkät A scenarios övervakning

Scenario till fråga 31a; I en kommun vill de ansvariga för äldreomsorgen förbättra vården för de boende som är mest förvirrade t.ex. de som är senildementa. Därför vill man förse vårdtagarna med ett elektroniskt armband som gör att deras position alltid kan fastställas. Detta utförs för att öka säkerheten för de boende samt underlätta arbetet för vårdpersonalen.

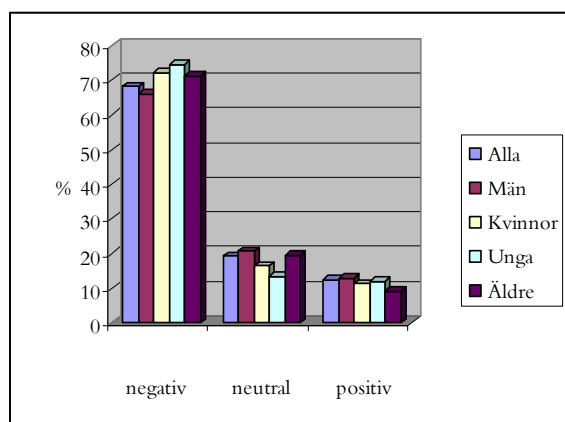


Figur 3.15 Övervakning med elektroniska armband när kommunen bestämmer

Figur 3.15 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning äldre ska övervakas med elektroniska armband. Drygt hälften i vardera grupp, förutom unga, var positivt inställda till övervakning via elektroniska armband då kommunen bestämmer att denna teknik ska användas. Bland de unga var det cirka 42 % som var positiva till att använda denna teknik. Enligt medelvärdena samt figuren var gruppen unga minst positiva till denna form av övervakning och äldre var den grupp som var mest positiva till brukandet av denna teknik. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=3.60, Män=3.62, Kvinnor=3.56, Unga=3.35 och Äldre=3.69

Hypotes (15) Äldre tycker i högre utsträckning att förvirrade äldre ska förse med ett elektroniskt armband, så deras position kan fastställas, jämfört med yngre när kommunen bestämmer detta ($p < .05$).

Scenario till fråga 31b; Dessutom vill kommunen att övervakningskameror installeras i deras rum så att personalen via Internet kan se dygnet runt vad de äldreboende gör. Detta utförs för att öka säkerheten för de boende samt underlätta arbetet för vårdpersonalen.



Figur 3.16 Övervakning med elektroniska armband, samt övervakningskameror när kommunen bestämmer

Figur 3.16 visar frekvens i % för samtliga grupper angående i vilken utsträckning äldre ska övervakas via elektroniska armband samt kameror. En majoritet av samtliga grupper tog avstånd till övervakning via elektroniska armband samt kameror då kommunen bestämmer att denna teknik ska användas. Både figuren och medelvärden visade att det finns en liten skillnad i svarsfrekvenserna mellan de olika grupperna. Medelvärden för de olika grupperna var: Alla=2.04, Män=2.09, Kvinnor=1.94, Unga=1.92 och Äldre=1.95

Bilaga 4 Öppna frågor

De båda enkäterna avslutades med två öppna frågor där respondenterna fick en möjlighet att själva ge en bild av integritetsproblematiken. De två frågorna var; a) vad tycker du är integritetskränkande samt b) egna kommentarer (till det som har berörts). Den andra frågan, i enkät B, kom inte med då denna enkät låg ute på testplats Botnia. Viktiga begrepp sorterades in i olika kategorier för att få en helhetsbild över de inkomna svaren. Vissa respondenter belyste flera olika saker och dessa svar sorterades in under olika kategorier av forskarna.

4.1 Sammanställning av fråga a) i enkät A

Det var 73 respondenter som besvarade de öppna frågorna. Antalet män var 52 och antalet kvinnor var 21.

Övervakningskameror

Det var 30 respondenter som tyckte att övervakningskameror var ett problem ur integritets-synpunkt. Det var t.ex. 19 av dessa som tog avstånd ifrån att övervakningskameror skall finnas i provhytter. En kvinna skrev; "Att bli filmad i obehagliga situationer är integritetskränkande som i provhytten. Då kommer jag aldrig mer att prova kläder för vem vet vart de filmerna hamnar". Andra exempel på integritetskränkande platser var toaletter, hotellrum, bastu, dusch och omklädningsrum.

Övervakning av arbetsplats

Det var 8 respondenter som tyckte att det är integritetskränkande att anställda övervakas på sin arbetsplats. Det respondenterna tog upp var t.ex. videokameror, mikrofoner, kartläggning av webbsurfande, registrering av tangenttryckningar. En man framhävde; "däremot tycker jag det är fel att införa kamera för att övervaka anställda Det är ju en arbetsplats inte ett fängelse! Frihet under ansvar! Jag tror även att kamera på arbetsplats ger mera sjukskrivning då det blir psykiskt stressade för en anställd att veta att arbetsgivaren ser alla dina steg!" En annan man ansåg att; "arbetsgivaren ska komma åt otillåten surfning med upplysning och en policy istället för att spionera på sina anställda." En kvinna skrev; "Jag tycker att man ska lita på individens eget omdöme beträffande att övervaka arbetstagare."

Övervakning av äldreboende

Det var 6 respondenter som tyckte att det är integritetskränkande med övervakningskameror hos äldreboende. En kvinna anser; "Vården av senildementa på gruppboenden ska inte lösas med övervakningskameror på rummen utan med mer personal så att de hinner med att ta hand om alla".

Registrering som utförs av kommersiella organisationer.

Det var 13 respondenter som tyckte att det är integritetskränkande att kommersiella organisationer registrerar information om dem. De benämner bland annat personliga uppgifter säljs vidare till tredje part, direktadresserad reklam på basis av vad de handlar eller vart de surfar samt att kommersiella organisationer skapar en bild över individens konsumtionsvanor. En man framhäver att; "jag gillar inte tanken på att ALLA registrerade saker om mig kan samköras och skapa en väldigt bra bild av mig som person. Var jag sysslar med på nätet, vad jag handlar, hur jag reser, mina bankärenden, polisärenden osv.". En annan man anser att det är integritetskränkande; "när man i kommersiella syften samlar information om en person som egentligen vill bli lämnad i fred".

Kontroll/Samtycke

Det var 18 respondenter som ansåg att det är integritetskränkande då de inte har kontroll på t.ex. informationsinsamlandet samt att de inte har samtyckt till detta. En man menar att; ”kränkande är det när man inte vet eller kan välja vad som ska registreras positioneras eller filmas övervakning är väldigt bra om det används rätt och inte missbrukas.” En man skrev att; ”när information blir tillgänglig för tredje part utan att jag själv vet om det. Exempelvis gå in på en bilsajt och få reklam från tidningen bilspport”. En kvinna påpekade; ”jag tycker att det som råder på marknaden just nu är nog kränkande. Jag tycker att man ska tvinga företagen att fråga individerna om godkännande om de ska lämna ut information och om de tjänar pengar på det så ska de vara tvungna att informera om det”. En man ansåg att; ”situationer där du inte har koll på hur materialet används eller av vem. Situationer där du inte aktivt har gett ditt medgivande”.

Övriga integritetskränkande aspekter

Det var 23 respondenter som hamnade i denna kategori. Här inbegrips övriga integritetskränkande aspekter som respondenterna beskrev. Exempel på dessa är kroppsvisitering, telefonavlyssning, hastighetsövervakning med kamera, sekretessbelagda uppgifter kommer ut om enskild individ samt spam (reklam via mejladressen). En man framhävde att; ”all ny teknik är bra men samtidigt kan ju all ny teknik missbrukas och då finns det ju en del som inte tycker att den är bra längre. Så det måste ju alltid finnas regleringar”. En man skrev; ”läskigt att storebror ser dig men vad skall man göra. Gäller man tränar sig i att dölja sina spår (Maktlöshet)”. En man påstår; ”det håller på att gå åt h....e med alla registreringar. Titta bara på allt spam. Man får inte ens ha sin mejladress ifred...”.

Användande av teknik/tjänster som inte anses vara integritetskränkande

Det var 25 respondenter som beskrev vilka tjänster/situationer de ansåg vara acceptabla ur integritetssynpunkt. Exempel på dessa är övervakningskamera i taxibilar, mobil positionering, uppdaga brott, övervakning av otillåten trafik på Internet, kameraövervakning i banker samt vid köer utanför nattklubbar och positionering av äldre via armband. En man beskrev att; ”om man har övervakningskameror för att skydda människor och egendom är det helt okej”. En annan man framhävde; ”ny teknik med övervakning och positionering kan i många situationer vara väldigt bra för flera parter. OBS men informationen får aldrig användas på ett kränkande sätt, enbart i ett skyddande syfte”. En man berättar att; ”inom vissa gränser ska t.ex arbetsgivaren kunna övervaka sina anställda. T.ex kan all internettrafik scannas efter olagliga saker, otillåtet utnyttjande. osv däremot ska den inte scannas och sparas om trafiken är tillåten. Polis borde få avlyssna internettrafik på samma vis som telefonavlyssning men även då bör avlyssningen automatiskt genomsökas efter vissa mönster och inte läsas igenom av en person”.

Avslutningsvis vill forskarna belysa tre intressanta åsikter som respondenterna hade angående integritetssfären. En kvinna skrev; ”tycker hela iden med storebror ser dig är obehaglig. Jag tror det brer ut sig på allt fler områden om man tillåter det, jmf 1984”. En annan kvinna menar att; ”mycket man inte visste om hur övervakad man egentligen är. Det är väl både bra och dåligt”. Slutligen en åsikt från en man som påpekade; ”det är nog mest dom som inte har rent mjöl i påsen som vill införa förbud för all ny teknologi”.

4.2 Sammanställning av fråga a) i enkät B

Det var 86 respondenter som besvarade denna fråga. Antalet män var 48 och antalet kvinnor var 38.

Kundkort

Det var 8 respondenter som hade kommentarer angående kundkort. De tog bland annat avstånd ifrån att kommersiella organisationer kan registrera information om dem via kundkort, denna information kan säljas vidare till tredje part samt att de får direktadresserad reklam på basis av registreringen via kundkortet. En man menar att det är integritetskränkande när; ”olika företag lämnar ut uppgifter om en till andra företag/organisationer utan att man har gett sitt godkännande till det”.

SMS

Det var 3 respondenter som hade kommentarer angående SMS. De tyckte det var integritetskränkande att få oönskad reklam via SMS.

Utan samtycke

Det var 16 respondenter tyckte det var integritetskränkande att en tjänst eller dylikt används mot dem utan deras samtycke eller godkännande. Här rör det sig t.ex. om; registrering via kundkort, positionering, övervakning via kamera etc. En kvinna framhävde att det är integritetskränkande i; ”Alla situationer där jag utan min vetskap blir positionerad eller får direktreklam beroende på mina köpvanor utan att ha gett mitt godkännande i förväg”. En man tyckte att; ”All kontroll av mina förehavanden utan att jag gett mitt godkännande till detta anser jag vara integritetskränkande såvida jag inte sysslar med något brottsligt som kan skada andra människor”. En kvinna i gruppen äldre ansåg; ”Att som ’vanlig människa’ vara övervakad utan möjlighet att välja eller ge sitt godkännande”. En kvinna skrev ”jag anser att positionering och liknande mobiltjänster ska vara frivilliga annars är det integritetskränkande. Jag skulle inte vilja ha SMS om t.ex. porr till min mobil. Reklamerbjudanden vill jag kunna välja och inte få de till min mobil i tid och otid”.

Upplevd brist på kontroll gentemot tekniken

Det var 8 respondenter tyckte det var integritetskränkande att de själva inte har kontroll på hur informationen som fås via tekniken/tjänsten används gentemot dem. Här kan det t.ex. röra sig om otillåten positionering och information om dem säljs till tredje part etc. En kvinna skrev att; ”när människor som inte har rätt till det kan börja kontrollera mitt liv”. En man påpekade att det är integritetskränkande; ”När någon kontrollerar mig och mina vanor utan mitt medgivande”.

Övervakning

Det var 30 respondenter som tyckte att övervakning var ett problem ur integritetssynpunkt. Här benämns exempelvis; övervakning av de anställda på arbetsplats (t.ex. via Internet och telefon), kameror på allmänna platser (toalett, provhytt) samt positionering. En kvinna ansåg att det var integritetskränkande; ”att en arbetsgivare kan övervaka vad en anställd gör t.ex. på Internet och i mail”. En kvinna framhävde att; ”om det fanns övervakningskameror i provhytter så skulle det vara integritetskränkande”. En kvinna fann att det är integritetskränkande; ”Om privatpersoner kan ta reda på vad jag gör och var jag befinner mig”.

Det var 4 respondenter som tyckte att det var integritetskränkande ifall de inte har vetskap om att de är övervakade. En man sade att det var integritetskränkande; ”Att någon kan t.ex. positionera min mobil utan att jag vet om det”.

Övriga kommentarer

Här inbegrips kommentarer från respondenterna som kategoriseras under övriga kommentarer. Det var 18 respondenter som hamnade i denna kategori. Saker som tog upp var t.ex.; åsiktsregistrering, cookies, för personliga uppgifter (angående sexuell läggning) vid anställningsintervju samt direktadresserad reklam till barn (ex. bantningsmedel). En man svarade; "Icke integritetskränkande data kan bli kränkande ifall ett antal datakällor samkörs. Om den insamlade datan används på ett sätt som jag inte hade tänkt mig kan den lätt bli integritetskränkande. Problemet är att det inte finns någon allmän 'klassificering' utan vad som är kränkande varierar från person till person". En kvinna ansåg att; "individerna har alltid ett eget ansvar som man bör ta och även en myndighet måste ha synnerligen starka skäl för exv. positionering för att rädda liv eller förhindra brott. Frågan är var graden ska dras för att exv. förhindra brott är fortkörning ett allvarligt brott jämfört med knarkklängning?".

Användande av teknik/tjänster som inte anses vara integritetskränkande

Det var 10 respondenter som beskrev vilka tjänster de ansåg vara acceptabla ur integritets-synpunkt. Här framhölls bland annat positionering vid nödsituationer, polis övervakar grövre brottslighet (via mejl, position) samt ett aktivt val av kund att få en viss tjänst. En man ansåg att; "får man välja vem som positioneras så är det inga problem". En kvinna framhöll att; "I nödsituationer finns det förstås uppenbara fördelar med tekniken positionering och jag tycker det ska vara tillåtet om en person anmäls som försvunnen".

Avslutningsvis tar forskarna med tre tänkbara citat som avrundar denna del; En kvinna skrev; "När någon tar reda på väldigt privata saker om en person. Integritetskränkande är det när man går 'för nära' en person. Var linjen går är olika för alla men man får försöka hitta en medelväg där man inte skadar personen i fråga. Syftet till varför man vill ha en viss information är väldigt viktigt". En man framhöll att; "Intrång i privatlivet där olika intressenter registrerar mitt levnadsmönster och därefter drabbar mig med oönskade aktiviteter. Storebrorsövervakning ger mig kalla kårar och kommersiellt brus väcker irritation och ilska!" En man påstod att; "En kränkning kan aldrig normsättas eftersom det är den enskilda individen som uppfattar om den är kränkt eller inte. Det kan aldrig gå att skapa regler för när den personliga integriteten är kränkt eftersom det helt beror på situationen och i vilket syfte som integritetskränkningen sker eller äger rum".

4.3 Sammanställning av fråga b) i enkät A

I denna fråga fick respondenterna ge egna kommentarer till det som hade berörts. Det var 17 respondenter som besvarade denna fråga. De skrev främst om enkätens ämnesval och dess innehåll. Av dessa var det 12 individer som hade ett positivt omdöme om enkäten och dess innehåll. De beskrev bland annat det är viktigt att integritetsproblematiken belyses samt de ansåg att enkätens innehåll var intressant. En man skrev; "intressant och just nu så sitter jag och smälter det man svarat på. Sen så slår era frågor igång nya tankebanor i sinnet men det är ju bara hälsosamt enl. min mening". En annan man framhöll att; "Mycket bra att ni ställer frågan om integritetsskydd. Tekniken kommer att göra att vi blir mer och mer övervakade och kartlagda". Det var två respondenter som kom med kritik angående enkäten. En person tyckte att den var i längsta laget och en annan menade att frågorna var för ledande. En man skrev; "enkätens utformning var inte den bästa men innehållet och ämnet var helt klart det bästa hittills! Mycket bra undersökning". Tre intressanta åsikter var: en man menade; "mer makt till myndigheterna att samla information om och övervaka individer. Men ingen sån makt åt kommersiella intressen". En kvinna skrev; "jag tror många upplever en poutskänsla över att vara bevakade och granskade. Även om jag vet att jag gör mitt bästa på jobbet så skulle jag inte vela ha en kamera som bevakar mig. Det skulle helt klart vara ett stressmoment!" Den tredje menade att; "det är ju helt otroligt vad oskyddad man är mot omvärlden".