



# Makten över den personliga informationen

Det är många som är oroliga att deras personliga integritet inkräktas på av företag och myndigheter på nätet. Den maktobalans som råder över användarnas personliga information är synlig i de sociala medieföretagens sekretesspolicyer. Charlotte Högberg anser att biblioteken borde bli en tydligare röst för rätten till personlig integritet på nätet och rätten att få söka information utan övervakning.

Text: Charlotte Högberg

Illustrationer: Balsam Karam

**Enligt undersökningen** *Svenskarna och internet 2014* är 27 procent av Sveriges befolkning orolig att företag som Google och Facebook inkräktar på deras personliga integritet och ungefär var femte svensk är orolig att myndigheter gör detsamma. Efter några års minskning har denna oro nu åter börjat öka. Samma undersökning visar att 16 procent anser att det inte finns någon personlig integritet längre, och accepterar det.

Detta hör samman med utvecklingen av big data, som kan bestå av information som handlar om och är skapad av privatpersoner. Den ökade användningen av användargenererade data i samhället och leverantörernas – alltså medborgarnas – bristande kontroll kan betraktas som en av vår tids mest akuta medborgerliga rättighetsfråga.<sup>1</sup> Lev Manovich anser att big data-samhället delar in människor och organisationer i tre ”data-klasser”: de som skapar data (både medvetet och genom att lämna digitala avtryck), de som har möjlighet att samla in data och de som har expertis att analysera dem. Den första gruppen menar han är mer eller mindre alla i världen som använder internet och/eller mobiltelefon, medan den sista är en liten elit.<sup>2</sup> Biblioteken värnar om möjligheten att fritt kunna söka information utan övervakning och håller användarnas integritet högt. Samtidigt använder de flesta bibliotek i Sverige nu sociala medier och de kan utgöra en del av den digital kompetens som biblioteken förmedlar. Hanteringen av användargenererade data på nätet är en viktig fråga för alla som arbetar med information och synnerligen för de som vill främja informationsfrihet.

Personliga data som de sociala medieföretagen samlar in består av uppgifter som användare själva uppger för att få tillgång till tjänsten, så som namn och e-postadress, innehåll som publiceras och uppgifter som företagen samlar in om användarnas beteende. Utöver detta tillkommer även information som företagen får tillgång till om, och genom, de enheter som användaren tar hjälp av för att komma åt tjänsten. Användarna anses gå med på insamlingen och konstruerandet av dessa data när de väljer att skapa ett konto, använder tjänsterna eller besöker tjänsternas hemsidor.

Vad sociala medieföretagen samlar in för information, hur den används och sprids, beskrivs i företagens sekretesspolicyer. Användarna förväntas ha läst, förstått och godtagit dessa. Vid en kritisk läsning av dessa policyer, tillhörande Facebook, Google, Youtube, Instagram, Snapchat, Reddit, Ello, Tumblr, Pinterest, LinkedIn och Twitter, framkommer en tydlig maktobalans. En tydlig maktaspekt är osäkerheten. Företagen skriver att det *kan* hända att information delas med tredje part eller att det *kan* hända att företagen lokaliserar användaren med GPS. Dessa exempel illustrerar den vaghet som präglar policyerna och som gör att det är svårt för användaren att

faktiskt veta vad som kommer att ske med informationen. Företagen förmedlar också bilden av att de använder informationen till att förbättra tjänsten, vilket bara är halva sanningen då användarnas personliga information utgör den inkomstbringande grunden för företagen. Här skiljer Ello och Reddit ut sig, Ello för att de ännu inte har några annonser och inte ”delar med sig” eller säljer analyser av användarnas beteenden, Reddit för att de bara låter reklamen anpassas till ämnen som diskuteras och inte efter några enskilda användare.

I policyerna benämner företagen den personliga integriteten som något värdefullt som tillhör användarna. Företagen uppger värna om den samtidigt som det är tydligt att deras tjänster kan innebära hot mot den personliga integriteten och att det är grunden för policyernas existens. Företagen vill upprätthålla bilden av att den personliga informationen fortfarande är i användarens händer, att hen kan kontrollera flödet av information och göra medvetna val när hen ger upp delar av sin personliga integritet till företaget. Företagen skriver att användare förvisso kan väja att deras webbläsare inte ska godkänna cookies, men att tjänsten då inte kommer att fungera som tänkt. Det betyder att detta knappast är något reellt val om en vill fortsätta använda tjänsten. Det är också få av företagen som godtar Do Not Track-signaler, som användare kan ställa in för att webbläsaren ska meddela att hen inte vill kartläggas. Det användaren väljer att publicera med hjälp av tjänsten skickas också ofta direkt till tredjeparter, så som analysföretag, via tjänstens API. Det innebär att även om användaren senare väljer att radera det där fotot eller den där tweeten, så finns de kvar hos andra företag. Genomgående benämner företagen det som din information, men då användarna till så stor del förlorar makten över informationen som rör den egna personen är denna benämning en försköning.

Teoretikern Sandra Petronio menar att individer anser att de har rätt att äga och reglera tillgången till sin privata information.<sup>3</sup> När en person avslöjar något för en annan blir den delägare av informationen, ofta efter att ha gått med på regler uppställda av den som avslöjar informationen, så som att inte föra det sagda vidare. I fallet med sociala medieföretagen är situationen den omvända. Företagen bestämmer reglerna för hur informationen om användarna ska hanteras. Petronio kallar det manipulativt ägarskap, när den som fått ta del av information ser det delade ägarskapet som ett sätt att helt dominera hur informationen ska hanteras och har mer inflytande över tillgången till den privata informationen än vad personen som avslöjade den själv har. Petronio menar att detta maktövertag gör att det är den som fått ta del av informationen, i detta fall företagen, som kan fatta beslut om ifall informationen ska föras vidare eller skyddas. Det gör att den som informationen gäller måste övertala företaget ifall hen önskar att ändra på reglerna för hur den privata informationen ska hanteras.

1. <http://radar.oreilly.com/2012/08/big-data-is-our-generations-civil-rights-issue-and-we-dont-know-it.html>.

2. Manovich, Lev (2011). Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data. In M. K. Golt (Ed.), *Debates in the Digital Humanities*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.

3. Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. Albany, NY, USA: State University of New York Press.



När någon missförstår vilka regler som gäller vid ett avslöjande, delägare har olika åsikter om vilka regler som borde gälla, reglerna är luddiga eller det är oklart vem informationen egentligen tillhör, kan det enligt Petronio uppstå turbulens. Hon menar att den nuvarande ”informationsexplosionen” gör de diffusa reglerna allt vanligare och att den privata informationen har blivit till en vara på den fria marknaden. I slutet på januari kom en nyhet som visar på denna turbulens; 25 000 österrikare stämmer Facebook för att ha kränkt deras privatliv genom ett stort antal brott mot användarnas rättigheter, illegal användning av insamlade data samt genom företagets roll i massövervakning för amerikansk underrättelsetjänst.<sup>4</sup>

I USA uppmärksammar American Library Association dessa frågor med bland annat ”Choose Privacy Week”, men i en artikel ifrågasätter Michael Gressel om biblioteken gör nog för att skydda användarnas digitala integritet.<sup>5</sup> Han menar att samtidigt som biblioteken är måna om att hänga med i den tekniska utvecklingen öppnar de ofta upp för integritetsrisker. När biblioteken anammar webb 2.0-funktioner diskuterar de inte tillräckligt de hot mot integriteten som de kan medföra för användarna, anser Gressel. Han menar att skyddandet av den personliga integriteten är en viktig uppgift för bibliotek, även när det gäller tjänster som Facebook. Han uppmanar till arbete för att öka medvetenheten kring integritet på nätet och att biblioteken protesterar mot överträdelse av medborgares digitala integritet.

Enligt *Svenskarna och internet 2014* anser runt hälften av svenskarna att de själva kan kontrollera sin personliga integritet på nätet och uppger att de aktivt skyddar den. Till största del består detta dock i att rensa cacheminnet och cookies, vilket rapporten poängterar snarare är till för att snabba upp datorn. Studier visar att det är få som läser sekretesspolicyer och att de är skrivna på ett sätt som är svårt att förstå. Helen Nissenbaum och Solon Barocas kallar det för ”the transparency paradox”: att användarna ska få veta så mycket om insamlingen av information, hur den används och förs vidare, att de kan göra ett informerat och medvetet val. Samtidigt ska detta förklaras på ett sådant sätt att det är möjligt för användarna att förstå och ta till sig, för att inte tala om orka läsa igenom. Detta menar Nissenbaum och Barocas är en omöjlig ekvation, kravet på enkelhet och läsbarhet går inte att kombinera med kravet på full transparens.<sup>6</sup>

Enligt Debatin är många ovetande om sekretesspolicyer och nöjer sig med illusionen av att kunna kontrollera sin

integritet, snarare än någon verklig kontroll.<sup>7</sup> Debatin menar att de som använder sociala medier behöver utveckla *privacy literacy*, få kunskap kring potentiella integritetsrisker för att kunna ta informerade beslut. Debatin uppmanar pedagoger att stärka *privacy literacy*, i likhet med Gressels uppmaning till biblioteken att arbeta mer med dessa frågor. Samtidigt som det är bra att öka medvetenheten och delar av medie- och informationskunnigheten som behandlar detta så kan dessa åtgärder kritiseras för att vara individualistiska. Biblioteken borde bli en starkare röst i kampen för allas rätt till personlig integritet på nätet för att göra allvar av kravet på informationsfrihet. En låntagare må uppskatta att det var sekretess på vilka böcker hen lånat hem, men om hen googlat titlar innan hen gick hemifrån, så kan den sekretessen ha spelat mindre roll.

Under en konferens 2013 fick Siva Vaidhyanathan frågan om det är något som den enskilda individen, eller bibliotekarien, kan göra för att skydda sig mot insamlingen av hans data. Hans svar illustrerar att det inte är ett individuellt problem, utan ett samhällsproblem:

Sure, there are simple things that you could do, that I could do, that a couple hundred people in this room could do. But that does not help my mom, and that does not help all the folks we work for and work with. When we are concerned about privacy, it cannot just be about our privacy; it has to be about everyone's privacy. Civil liberties are not something that we have the ability to trade away willingly, because they do not belong to us; they belong to all of us.<sup>8</sup>

Artikeln bygger på författarens kommande uppsats för masterexamen i biblioteks- och informationsvetenskap från Lunds universitet.

4. <http://www.dn.se/ekonomi/25000-osterrikare-stammer-facebook/>

5. Gressel, M. (2014). Are Libraries Doing Enough to Safeguard Their Patrons' Digital Privacy? *The Serials Librarian: From the Printed Page to the Digital Age*, 67(2), 137–142.

6. Nissenbaum, Helen, & Barocas, Solon (2014). Big Data's End Run around Anonymity and Consent In J. Lane, V. Stodden, S. Bender, & H. Nissenbaum (Eds.), *Privacy, Big Data, and the Public Good: Frameworks for Engagement* (pp. 44–75). New York, NY: Cambridge University Press.

7. Debatin, B. (2011). Ethics, Privacy, and Self-Restraint in Social Networking. In S. Trepte & L. e. Reinecke (Eds.), *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web*. Berlin, Heidelberg: Springer.

8. Vaidhyanathan, Siva & Bullock, Chris (2014). Knowledge and Dignity in the Era of "Big Data", *The Serials Librarian: From the Printed Page to the Digital Age*, 66(1–4), pp. 49–64.