

# Digitalisering og personvern

Når du besøker en nettside, blir aktiviteten din som regel sporet, enten av dem som eier siden, selskaper som leverer analysetjenester, eller annonsører. Eller kanskje akkurat din brukerprofil blir solgt på en annonsebørs – som én av 1,3 millioner brukere som omsettes hvert eneste sekund?

Redaktør Alf Asklund

Det er en tett sammenheng mellom personvern og teknologiutvikling. Det er også grunnen til at Teknologirådet og Datatilsynet har et fast samarbeid der de ser på teknologiutvikling og trender som vil kunne utfordre personvernet fremover. I 2016 var temaet overvåkingsøkonomi og de lagde rapporten – PERSONVERN 2016 TILSTAND OG TRENDER – som viser hvordan brukerne blir sporet på internett av kommersielle aktører. Nedenfor kan du lese om noe av det som står i denne rapporten.

## Slik spores du

Det finnes mange måter å spore oss på, men de vanligste metodene er bygd opp rundt bruk av nettlese på pc, nettbrett eller mobiltelefon. At vi bærer med oss telefonen hele dagen gir også muligheter for at nye typer data, som posisjon, kan samles inn. Trender som tingenes internett, såkalte «nettvarde» (beacons) og kroppsnær teknologi vil bidra til økende datainnsamling om oss og våre omgivelser.

Når du besøker ulike nettsider, blir aktiviteten din som regel alltid sporet, enten av de som eier siden, selskaper som leverer analysetjenester, eller annonsører.

## Informasjonskapsler og sporingsbilder

Informasjonskapsler, eller «cookies», er den mest utbredte og kjente formen for sporing på nett. Når vi besøker en nettside, legges det via nettleseren igjen en liten kode på maskinen vår som gjør den gjenkjennelig ved et senere besøk på den samme siden. Filen sørger for at eieren får informasjon om hva du som bruker foretar



*Når du går inn på en nettside, blir du overvåket og kartlagt – før din profil blir solgt på globale annonsebørser.*

deg på sidene. I tillegg til informasjonskapsler brukes ofte såkalte sporingsbilder, eller «web beacons», for å innhente ytterligere informasjon.

## IP-adresser

En IP-adresse er en identifikator for en enhet (for eksempel en pc eller et nettbrett) i et nettverk. Når en bruker besøker et nettsted, kan IP-adressen gi informasjon om for eksempel brukers posisjon. Dermed brukeren har en fast IP-adresse, vil det være mulig å følge den samme brukeren over tid.

## Digitale fingeravtrykk

Et digitalt fingeravtrykk er sammensatt av flere elementer, og kan gi svært detaljert

informasjon om en bruker. Fingeravtrykket kan være sammensatt av informasjon som IP-adresse, hvilken programvare som brukes, innstillinger som språkvalg, og informasjon om elektronikken i enheten som brukes.

## Innloggede løsninger

Mange internetselskaper tilbyr tjenestene sine gjennom innloggede tjenester. En slik løsning gir enda mer presis informasjon om brukeren. Den gjør det blant annet mulig å følge brukere på tvers av flere plattformer, som pc, mobil og nettbrett.

## Aktører og marked

Tidligere var forbrukerne inndelt i store målgrupper, men nå kjøpes vi én og én på globale annonsebørser. Det fører til en markedsføring som er svært målrettet.

### Annonsebørsene

En annonsebørs er en markeds plass for kjøp og salg av annonseplasser i sanntid, bygd opp etter samme prinsipper som finansbørsene. Børsene fungerer som en plattform der annonsører kan by på brukere lagt ut av publisistene.

Hvert sekund omsettes 1,3 millioner brukere på annonsebørser. Antallet transaksjoner på annonsebørsene er tolv ganger større enn antallet transaksjoner på New York Stock Exchange. Alle de største internetselskapene, Facebook, Yahoo!, Google og Microsoft, eier sin egen annonsebørs.

### Slik fungerer systemet

I det øyeblikket du går inn på en nettside, går startsignalet for en prosess som innebærer at et hundretalls selskaper får tilgang til informasjon om deg.

I det du går inn på for eksempel en nettavis, blir det opprettet kontakt mellom nettleseren din og en annonseserver. Annonseserveren gir beskjed til eieren av nettavisen om å fylle de ledige annonseflatene på siden med reklame. Nettavisen sender melding til en annonsebørs, som inviterer kjøpere av annonseplasser til å legge inn et bud på deg. Børsen sender ut informasjon om deg til annonsørene som er registrert på børsen. Informasjonen kan inkludere opplysninger om din IP-adresse, geografiske plassering, inntekt, kjønn, antatte interesser og preferanser, sannsynligheten for at du vil kjøpe for eksempel nye sko eller en flyreise, og nettsiden du besøker.

På bakgrunn av denne informasjonen, kombinert med opplysninger om deg som annonsøren kanskje allerede har, har de laget en algoritme som automatisk vurderer hvor høyt bud de vil legge inn på deg. Budgiveren med det høyeste budet vinner retten til å vise deg en annonse. Annonsen vises på nettsiden i det siden lastes ned. Alt dette skjer i løpet av millisekunder. Prosessen kan høres enkel ut, men er i virkeligheten svært kompleks og involverer mange

hundre selskaper som konkurrerer med hverandre. Google og Facebook dominerer markedet for automatisert annonsehandel fordi de har så enormt mange opplysninger om oss. Google er til stede og samler inn data om internettbrukere på 80 prosent av de mest besøkte nettstedene i verden. Også i Norge og i resten av Europa bygger mediehus opp sine egne plattformer for kjøp og salg av annonser.

### Målrettet

Mens forbrukerne tidligere ble inndelt i store målgrupper kjøpes vi nå én og én på globale annonsebørser. Det fører til en markedsføring som er svært målrettet og som forutsetter at markedsførerne har inngående innsikt i våre vaner, interesser, smak og kontaktnett for å treffe best mulig.

Vårt norske Datatilsyn lanserte i fjor høst rapporten «Det store datakappløpet – om kommersiell utnyttelse av personopplysninger». Datatilsynet arbeider videre med disse utfordringene – og arbeidet deres er også blitt viet stor interesse blant personvernmyndigheter internasjonalt.

# Opprettelse av sikker digital postkasse

Digital kommunikasjon er nå hovedregelen når offentlig sektor skal kommunisere med andre. For å få post fra det offentlige tilsendt digitalt må du opprette en digital postkasse. Du kan velge mellom to alternativer – Digipost eller e-Boks.

Redaktør Alf Asklund

Du kan også motta digital post fra private virksomheter i disse postkassene, men du bør sjekke hvilken løsning de enkelte private leverandørene har valgt. Altinn vil bli brukt parallelt med digital postkasse i en periode fremover, men målet er at all digital post fra det offentlige til innbyggerne skal gå til din digitale postkasse.

### Registreres i nasjonalt kontaktregister

Både Digipost og e-Boks er gratis å opprette og bruke og begge tilfredsstillende strenge krav til sikkerhet. Bestilling av elektronisk postboks kan gjøres på e-boks.no eller Digipost.no.

Når du har opprettet postkasse hos en av disse, vil din digitale postkasseadresse

automatisk legges inn i det nasjonale kontaktregisteret. Du vil da få en SMS fra Difi som bekrefter valget av postkasse og du vil være klar til å ta imot post digitalt fra det offentlige. I skrivende stund sender over 200 statlige virksomheter og kommuner post digitalt.

Når du får brev, varsles du på SMS eller e-post. Du er selv ansvarlig for å gjøre deg