



LUND UNIVERSITY
School of Economics and Management

Personlig integritet på Internet

- Hur användare reflekterar över
personlig integritet på sökmotorn Google.

Kandidatuppsats, 15 högskolepoäng, SYSK02 i informatik

Författare: Jennifer Johansson

 Lovisa Nordenskiöld

Handledare: Markus Lahtinen

Examinator: Umberto Fiaccadori

Titel:	Personlig integritet på Internet
Författare:	Jennifer Johansson Lovisa Nordenskiöld
Utgivare:	Institutionen för informatik
Examinatorer:	Umberto Fiaccadori
Publiceringsår:	2014
Uppsatstyp:	Kandidatuppsats
Språk:	Svenska

Nyckelord: Personlig integritet, Google, sökmotor, förtroende, sekretess, motsägelser.

Abstrakt

Då sökmotorer ständigt är i utveckling, och att Internet blir mer och mer öppet, ville vi undersöka hur den personliga integriteten uppfattas vid användning av dessa tjänster. För att vidare undersöka användningen av sökmotorer så valde vi, utifrån den teoretiska bakgrunden, att även belysa frågan om det finns en motsägelse hos individen vid deras uttalande och agerande vid användning av tjänsten. Sökmotorn som vi har valt att utgå ifrån i vår studie är Googles, detta då den är störst på den svenska marknaden.

Intervjuer av vardagliga användare har varit grunden i undersökningen, som stärkts med teoretisk data. För att visa på att det finns tidigare fall där utlämning av personlig information på Internet, inte har varit fördelaktig, har vi tagit upp betydande exempel på detta. Dessa påtagliga brister visar på att det även finns risker med att ha ett starkt förtroende till en tjänst som behandlar din personliga information.

Av undersökningen framkommer det att användarna är villiga att ge upp deras personliga integritet i utbyte mot användning av sökmotorn, då fördelarna väger tyngre än riskerna. Vi finner även att frågan om det finns motsägelse, om vid individers uttalande och agerande, är splittrad och att det är en förening mellan ovetskapen om hur information samlas in samt att användare är motsägelsefulla gällande sitt yttrande och agerande.

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Personlig integritet på Internet	1
1.2	Googles informationsinsamling.....	2
1.3	Tidigare brister vid insamling av information.....	2
1.4	Problemformulering.....	3
1.4.1	Forskningsfråga.....	3
1.4.2	Syfte	4
1.4.3	Avgränsningar.....	4
2	Förtroende, personlig integritet, motsägelser och sekretess.....	5
2.1	Förtroende.....	6
2.1.1	Big Data	8
2.2	Personlig integritet.....	9
2.2.1	Kontextuell integritet	11
2.3	Motsägelser.....	12
2.4	Sekretess	14
2.5	Teoretiskt ramverk.....	17
3	Metod	19
3.1	Etiska aspekter.....	19
3.2	Reliabilitet och validitet av studien	19
3.3	Metodval.....	20
3.3.1	Den semi-strukturerade intervjun	20
3.3.2	Urval	20
3.3.3	Datainsamling och transkribering.....	20
3.3.4	Dataanalys.....	21
3.4	Utformning av intervjufrågorna.....	21
4	Resultat.....	24
4.1	Bakgrund	24
4.2	Teman.....	25
4.2.1	Förtroende	25
4.2.2	Personlig integritet.....	27
4.2.3	Motsägelse	30

4.2.4	Sekretess	32
5	Diskussion	34
5.1	Förtroende.....	34
5.2	Personlig integritet.....	35
5.3	Motsägelser.....	37
5.4	Sekretess	39
6	Slutsatser	41
6.1	Hur uppfattas den personliga integriteten vid stor datafångst?	41
6.2	Finns det en motsägelse hos individen vid användning samt agerande gällande stor datafångst?	41
7	Vidare studier	42
	Bilaga 1: Transkribering P1	43
	Bilaga 2: Transkribering P2	46
	Bilaga 3: Transkribering P3	49
	Bilaga 4: Transkribering P4	51
	Bilaga 5: Transkribering P5	55
	Bilaga 6: Transkribering P6	59
	Referenser.....	62

Lista över figurer

Figur 2.1	Wakefields research model.....	5
Figur 2.2	Modifierad research model	6
Figur 2.3	Privacy – Trust – Behavioral model	15

Lista över tabeller

Tabell 2.1	Teoretiskt ramverk	17
Tabell 4.1	Nyckelord från intervjufråga 1	25
Tabell 4.2	Nyckelord från intervjufråga 2.....	27
Tabell 4.3	Nyckelord från intervjufråga 3.....	28
Tabell 4.4	Nyckelord från intervjufråga 4.....	30
Tabell 4.5	Nyckelord från intervjufråga 5.....	32

1 Inledning

Detta avsnitt introducerar läsaren i ämnet. Här redovisas en bakgrund om hur Google samlar information om sina användare samt i vilket syfte de gör det. Inledningen visar även på tidigare brister vid insamling av information, syftet med uppsatsen, problemformulering samt hur uppsatsen är avgränsad.

1.1 Personlig integritet på Internet

Under 2012 så "googlade" svenskarna 35 - 45 miljoner gånger, per dag. Detta är med en enorm ökning från fjolårets siffror som var 25- 30 miljoner gånger (Jenselius 2013). Genom att nästan konstant vara anslutna ger vi ut mängder med privat information om oss själva och om andra (Shaker 2006). Under 2012 hade Google mer än 95 % av marknadsandelarna i Sverige och över 90 % i större delarna av världen, alltså fortsätter de att leda med en stor marginal (Webcertain education Ldt 2012).

Då Google utvecklas till ett centralt nav för Internetanvändning, ökar deras ansvar för att distribuera den privata informationen som de tillhandahåller, på ett rättfärdigt sätt (Shaker 2006). Google's sökmotor är den mest besökta på hela Internet och mer än nio av tio svenskar använder sig av Internet varje dag, vilket gör Sverige till ett av de mest anslutna länderna i världen (Webcertain education Ldt 2012).

Stor data fångst även kallat 'Big Data' är massiva kvantiteter av information som är både skapad av och innehåller personer, deras interaktion samt intressen (Boyd & Crawford 2011). För att samla in denna stora mängd data så använder sig Google av en annonseringsteknik som används i samband med att kunna optimera användarnas sökningar. Denna teknik är väsentlig för Google, vilket siffrorna nedan visar, då deras partners med hjälp av denna kan hitta personer som är mest lämpade och mottagliga för den specifika reklamen (Stein Fuelleman 2011).

Videon "Here's how we take back the Internet" (2014) visar en intervju med Edward Snowden där han menar att risken med att vi tar förgivet att vår privata information är i goda händer på Internet är i själva verket ett hot mot vår personliga integritet. Snowden (2014) menar vidare på att om vi inte ändrar vårt sätt att se på personlig integritet (motsvara engelskans "Privacy") på Internet så kommer vi inom en snar framtid att förlora förmånen av att vara privata på Internet. Snowden (2014) menar att detta skulle vara en enorm förlust för oss och för hela världen.

Bylund (2013) menar på att debatten om personlig integritet på Internet ofta är mycket polariserad. Det finns alltså två väldigt starka ståndpunkter i frågan. Dessa ståndpunkter menar Bylund (2013) är att man kan hävda att IT kan innebära ett hot mot vår personliga integritet, men att det finns många fördelar med tekniken som väger tyngre än detta. Vad som väger tyngre menar Bylund (2013) kan vara saker som effektivitet samt kostnadsbesparingar som

lockar personer att fortsätta använda tjänsterna. Bylund (2013) menar även på att allt är relativt och varje situation är unik samt att i vissa fall kan nätet faktiskt bidra till att stärka människors personliga integritet, snarare än att försvaga den.

1.2 Googles informationsinsamling

För att kunna förstå teorin så förklaras nedan specifikt hur Google använder sig av privat information som är utvunnen från deras användare.

Annonseringen är Googles största inkomstkälla och de omsatte 97,8 miljarder svenska kronor första kvartalet år 2013 vilket är en ökning med 31 % jämfört med samma kvartal tidigare år, detta är deras omsättning i hela världen (Jenselius 2013). Google får 95 % av sina intäkter via annonsering därför kan man förstå att deras strävan efter den perfekta sökmotorn är så stark, men frågan är vad den sociala kostnaden blir av den strävan (Richardsson, Dominowska & Ragno 2007).

Informationen samlas in, bland annat, genom att registrera användarnas sökhistorik för att sedan vidarebefordra detta till en tredje part, t.ex. en reklambyrå. Detta tar Fuelleman (2011) upp i sin artikel där hon beskriver att företag använder denna information för att rikta meddelanden eller reklam till specifikt utvalda användare, baserat på deras intressen eller demografiska placering. Riktad reklam eller dylikt kan existera på Internet, i form av sökmotorer, men även då en kund besöker en butik som inte är Internetbaserad. Den riktade reklamen påvisas då genom t.ex. lojalitetsprogram eller klubbkort. Skillnaden mellan de båda är att det som sker i butikerna är godkänt av kunden. En kund kan ansöka om klubbkort till olika butiker eller bli erbjudna att gå med och då lämna uppgifter om sig själv. Via Internet har inte alltid kunderna samma val.

Google erbjuder inte bara en sökmotor utan har en myriad av produkter exempelvis Gmail och Google Talk, som är framträdande exempel på produkter som Google använder för att exempelvis rikta reklam till användarna (Shaker, 2006). Detta menar Shaker (2006) ger Google möjligheten att ta reda på vilka användare som använder sig av deras tjänster samt på vilket sätt de använder tjänsterna. För Google är det viktigt att en sökning sker snabbt och att informationen kommer tillbaka korrekt och trovärdig. Samtidigt är det viktigt att information om användarens sökning används på ett sätt som inte skadar användaren.

1.3 Tidigare brister vid insamling av information

De flesta användare tror att de är privata när de surfar på Internet, en indikation på att detta möjligtvis inte stämmer är t.ex. NSA:s övervakningsmetoder som Edward Snowden visade upp för allmänheten (Snowden 2014). NSA:s övervakningsmetoder är en indikation om att personlig information som läggs ut på Internet kan läckas ut och att den informationen sedan alltid kommer att ligga där.

Edward Snowden arbetade på NSA genom en underleverantör, Booz Allen i Oahu, Hawaii. Efter att han hade arbetat på NSA i några månader så hittade han oroande dokument om NSA:s inhemska övervakningsmetoder. Denna information gav Edward Snowden ut till betrodda journalister som sedan publicerade NSA:s hemliga metoder för allmänheten. (Snowden 2014)

Genom att titta på intervju ”Here’s how we take back the Internet” (2014) med Edward Snowden, har vi kunnat få hans egna ord om händelsen. Edward Snowden beskriver först att underrättelsetjänsten gör många bra saker som hjälper samhället och alla som bor där, men att det har gått för lång och att beslut tas utan samhällets vetskap eller godkännande.

Denna information ges ut av företag som Google, den stjäls inte. Google och andra företag menar på att de har en tillräcklig överblick för att kunna ge ut användarnas uppgifter på ett rättfärdigt sätt, men enligt Edward Snowden så är inte NSA i detta fall nöjda med detta. Företag som Google behöver jobba mycket hårt med att representera deras användares intressen och deras rättigheter (Here’s how we take back the Internet 2014).

I videon ”Here’s how we take back the Internet” (2014), säger Edward Snowden att dina rättigheter spelar en stor roll då du inte vet när du kommer att behöva de. I alla demokratiska länder i världen så borde man kunna plocka upp telefonen, ringa familjen, åka tåg och köpa biljetter - utan att behöva fundera över om staten har någonting emot dina aktiviteter. Vidare menar Snowden (2014) på att vår frihet ligger i våra händer och att det är upp till oss att skydda den, om inte för oss så för nästkommande generationer.

”I’m willing to sacrifice my former life because I can’t in good conscience allow the U.S. government to destroy privacy, Internet freedom and basic liberties for people around the world with this massive surveillance machine they’re secretly building,”
(Snowden 2014)

1.4 Problemformulering

Personlig integritet är ett begrepp som betyder att alla enskilda personer har rätt att kontrollera vem som har tillgång till deras personliga information (Statens medicinsk-etiska råd 2012). När personer använder sig av Internet så blir detta begrepp diffust då användare ofta med automatik ger tillgång till deras personliga information, genom att använda sig av specifika tjänster. IT och sökmotorer kan delvis uppfattas som ett hot mot vår personliga integritet, men då de bidragande fördelarna står på andra sidan vågen förändras vikten av hur viktig den personliga integriteten är för användarna.

1.4.1 Forskningsfråga

Utifrån ovanstående problemformulering ställer vi oss följande två huvudfrågor:

- *Hur uppfattas den personliga integriteten vid stor datafångst?*
- *Finns det en motsägelse hos individen vid användning samt agerande gällande stor datafångst?*

1.4.2 Syfte

Studien avser att komma fram till hur personlig integritet, i miljöer på Internet, uppfattas av den vardagliga användaren. Detta för att skapa förståelse för om specifik personlig information kan ses som mindre värdefull i särskilda kontexter. Utöver uppfattningen av den personliga integriteten så är syftet med undersökningen att utreda om det finns en motsägelse hos användaren, detta för att tydligare utgöra hur viktig användningen av den specifika tjänsten är för användaren.

1.4.3 Avgränsningar

Vi har avgränsat oss till att undersöka hur mycket individen bryr sig om sin personliga integritet i en given kontext samt om det finns en skillnad mellan uttalad personlig integritet och agerande. Fokus kommer att ligga på betydelsen av personlig integritet i samband med att användare använder sig av sökmotorn Google, inkluderat Google-search, Gmail och Google-docs.

Vi kommer att avgränsa oss till relationen mellan förtroendet för en webbplats, personlig integritet på en webbplats, sekretess på en webbplats samt motsägelser på en webbplats. Samhällsaspekterna ligger bortom vårt undersökningsområde, eftersom vi har valt att fokusera på den enskilda individen samt dess förhållningssätt till sin personliga integritet på Internet. Vi har valt att utgå ifrån en specifik sökmotor som är den mest brukade i Sverige, Google. Undersökningen kommer att hålla sig inom svenska gränser. Uppsatsen kommer inte titta på hur samhället och organisationer påverkas i denna kontext.

2 Förtroende, personlig integritet, motsägelser och sekretess

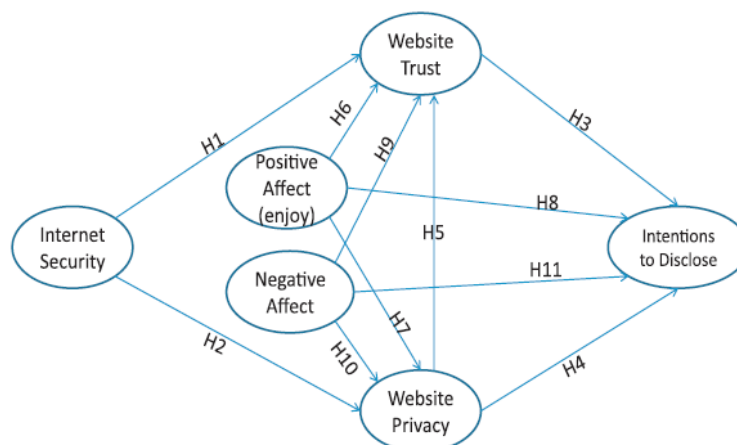
I detta avsnitt visas de teoretiska utgångspunkterna i uppsatsen, denna redogörelse används sedan för att skapa ett teoretiskt ramverk. Vi granskar relationen mellan förtroende, personliga integriteten, motsägelser och sekretess på en webbplats, denna relation appliceras senare på våra forskningsfrågor.

För att vidare analysera insamlad data har vi valt att granska specifika relationer mellan användaren och webbplatsen. Vi har undersökt relationen mellan den personliga integriteten, förtroendet, motsägelser och sekretessen för en specifik webbplats, i en given kontext.

Relationerna till dessa fyra aspekter har vi valt att undersöka under de grunderna att personliga uppgifter är känslig information som inte ges ut utan att individen känner en viss grad av trygghet. Denna personliga information kan endast ges ut till annan part om denna part anses vara tillförlitlig av dessa känsliga uppgifter samt information (Metzger 2004).

Vi har utformat intervjufrågor efter dessa specifika relationer för att se hur användare ser på Google som tjänst. Vi anser att dessa relationer är relevanta för vår undersökning då de ger en djupare bild av vad det är som påverkar användare i en given kontext på Internet samt hur denna relation vidare uppfattas av användarna.

Wakefield (2013) skriver om relationen mellan förtroende och personlig integritet, i en utökad modell, som även behandlar andra relationer i samband med att användaren ska vara villiga att ge ut information, fig. 2.1. Modellen menar att förtroende till en hemsida skall vara positivt relaterat till hemsidors integritet för att en användare skall kunna uppfatta hemsidan som en trygg miljö att använda.



Figur 2.1 Wakefields research model

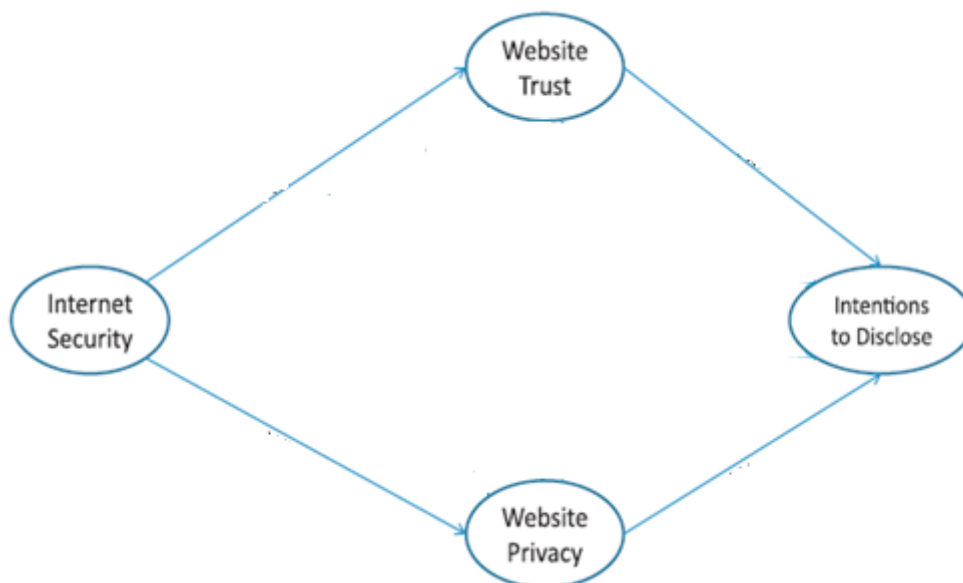
Dessa fyra relationer kommer vi att gå djupare in på i följande kapitel. Vi kommer att titta på hur detta påverkar användare i förhållande till förtroende, personlig integritet, motsägelser samt sekretess i den givna kontexten (i detta fall Google).

Website trust (förtroende): Här kommer vi undersöka vad som är viktigt för att etablera ett förtroende hos en användare.

Website Privacy (personlig integritet): Här kommer vi att undersöka vad som är viktigt för att användare av tjänsten inte skall känna att beslut tas eller information samlas, utan att användaren känner sig trygg i beslutet.

Intentions to disclose (motsägelser): Här tittat vi på om användaren är villig att använda tjänsten och lämna personliga uppgifter vidare, även om användaren säger att han/hon är negativ. Alltså tittar vi på om det uppstår en tveksamhet i det användare säger samt hur de agerar.

Internet Security (sekretess): Här undersöker vi om säkerheten som webbsidor erbjuder, i form av sekretessavtal samt integritetsavtal, påverkar användaren positivt till att använda tjänsten.



Figur 2.2 Modifierad research model

2.1 Förtroende

Förtroende är en bidragande faktor vid påverkan av att användaren ska vara villig att ge ut information (Metzger 2004). Förtroende definieras enligt Flavián och Guinalú (2006) som: Ena partens uppfattning att dess behov kommer att uppfyllas i framtiden genom åtgärder som vidtas av den andra parten. Det finns faktorer som kan påverka förtroendet, detta kan enligt Metzger (2004) vara: Användarnas attityder till webbplatsen, uppfattningar om webbplatsen, integritetsskyddet eller säkerheten samt användarens övergripande syn på integritetsfrågor online.

Metzger (2004) nämner i sin artikel att riskerna med att lämna ut personlig information vägs upp mot fördelarna, när individer beslutar att lämna information till en webbplats. Förtroende blir nyckeln i utlämnandet av information såväl på Internet som i det vardagliga livet. Metzger (2004) menar i en studie gjord av Hoffman, Novak och Peralta (1999), som visade på att 63 % av Internetanvändare har nekat att ge information till webbplatser, har rapporterats göra detta av ett bristande förtroende till webbplatsen.

Swaminathan, Lepkowska-White och Rao (1999) menar att förtroende är en viktig faktor vid utlämnande av information på en webbplats och har konstaterat att individer föredrar att lämna ut personlig information till webbplatser som de uppfattas som: pålitliga, ärliga, konsekventa, kompetenta, rättvisa, ansvarsfulla och hjälpsamma. Alla dessa faktorer bidrar till ett ökat förtroende hos individen. Metzger (2004) anser att det är rimligt att föreslå att förtroendet för en webbplats kommer influera villigheten till utlämnandet av information till den specifika webbplatsen.

Shaker (2006) menar att vissa faktorer måste vara uppfyllda för att ett starkt förtroende till en webbplats ska kunna etableras. Samspelet måste vara frivilligt och olika val måste vara tillgängliga för användaren. Förtroende är endast irrelevant om det, i den mån, finns osäkerhet om samspelet verkligen existerar. Shaker (2006) skriver i sin artikel att det finns två viktiga faktorer som skiljer förtroendet mellan en miljö på Internet samt en miljö i det vardagliga livet. Den första faktorn är riskerna vid en Internetinteraktion med en webbplats, när den är högre är det lättare för obehöriga att samla informationen. Den andra faktorn är att interaktionen med en webbplats kan kompliceras av teknik. Tekniken är byggd för att möjliggöra och underlätta för användaren men det kan bli en ytterligare friktion som behöver uppmärksamhet. Shaker (2006) menar även att ytterligare ett problem, med ett starkt förtroende vid webbplatser, är att användare inte alltid har flera val. Användare måste i vissa fall lämna ut information för att kunna gå vidare med sitt givna val. Detta medför att många antingen väljer att gå vidare trots tvivel eller skippar att utföra det de hade som mål att utföra genom att gå in på webbplatsen.

Trots dessa möjliga hinder, som kan möjliggöra att användaren känner sig otrygg, så väger faktorer som snabbhet, lätthet och tillgänglighet tyngre än många friktioner som kan ha uppstått hos användaren (Shaker, 2006).

Wang och Emurian (2005) menar i sin artikel att det är en mycket komplicerad åtgärd att bygga upp ett starkt förtroende hos en användare, via en webbplats. Förtroende är ett komplext och abstrakt koncept; det är svårt att definiera vad som skapar ett starkt förtroende samt att identifiera nyckelkomponenter för hur ett förtroende ska byggas upp. Wang och Emurian (2005) menar att det som bygger upp förtroendet för ett online-företag är deras webbplats, då den representerar företaget för sina användare. Om webbplatsen inte leder användaren till att tro att den är trovärdig, kommer det inte leda till att någon information lämnas ut. Förtroende enligt Wang och Emurian (2005) är fyra givna egenskaper, om dessa uppnås så skapar detta ett starkare förtroende för webbplatsen och användaren kommer i sin tur att bli mer villig att

lämna ut information. Dessa egenskaper är utgångspunkter för att få en djupare förståelse för hur ett starkt förtroende skapas i en miljö på en webbplats.

Egenskaperna för förtroende enligt Wang och Emurian (2005) är följande:

Innehavaren av förtroendet (användaren) och förtroendegivaren (Webbplatsen) – De båda parterna, innehavaren av förtroendet och förtroendegivaren, är viktiga för att etablera en förtroendefull relation på Internet, men de innebär att det måste utföras särskilda handlingar från de båda parterna. För att det ska utvecklas till ett starkt förtroende måste den förtroendeingivande parten agera till den ande partens intressen samt att den grad av förtroende som denna part ger den förtroendeingivande, ska vara hög.

Sårbarhet - Den höga komplexiteten och anonymiteten associerad med Internetanvändande kan leda till osäkra användare när det handlar om risker vid utlämnandet av personlig information. När användare endast undersöker en webbplats men inte handlar något så kan webbplatsen samla data om användaren. Detta bidrar till en osäker omgivning för användaren och ett starkt förtroende blir desto viktigare.

Skapade handlingar En användare har olika alternativ när de besöker en webbplats. Som i Googles fall kan användaren göra en sökning, registrera sig eller kolla upp webbplatsen utan att utföra något specifikt. Om företaget vill att användaren skall använda sig av webbplatsen måste de kunna visa för användaren att de har mer att vinna än att förlora på att använda deras webbplats.

Subjektiv angelägenhet - Precis som att förtroende i det vardagliga livet, utanför Internet, är associerat med individers skillnader samt faktorer i samhället, så stämmer detta även in på förtroenden som skapas i en Internetmiljö. Användare kommer från olika platser och har olika syn på förtroende. Detta leder till att det som en specifik individ anser stärker förtroende, kan en annan individ anse som otillräckligt. Olika individer har även olika åsikter om teknologi och även detta är en faktor som kan skilja synen på graden av förtroende i en Internetmiljö.

2.1.1 Big Data

Bylund (2013) skriver att informationsvolymerna som skapas till följd av nätverkad datoranvändning är enorma. Det gäller på såväl individuell som kollektiv nivå. På en enda minut laddas det upp cirka 100 timmar video till Youtube och 3 500 bilder till Instagram. Under samma tid har mer än 100 000 inlägg publicerats via Twitter och dubbelt så många e-brev nått sina mottagare. Mängden information som skapas och lagras på det här sättet växer exponentiellt och merparten lagras under mycket lång tid. Det finns ett stort värde i all denna informationsmängd.

Bylund (2013) menar även att *Big Data* har kommit att bli ett begrepp som omfattar alla de möjligheter som stora informationsmängder kan erbjuda i framtiden. Om vi studerar vilka sökord människor använder sig av när de letar efter information på Internet, så kan vi skaffa oss en bild av trender i influensaspridning eller politikens och artisters popularitet. Sport-

klockstillverkaren Garmin har loggat sina användares prestationer i löparspår över en sträcka motsvarande sex miljarder kilometer, inklusive data om t.ex. hjärtfrekvens, löphastighet och höjdförändringar. Förhoppningarna på att den här sortens informationssamlingar ska bidra till såväl medicinsk som livsstilsforskning är stora.

Samtidigt erbjuder dessa informationsmängder stora utmaningar för våra etablerade sätt att skapa personlig integritet. Stora informationsmängder är för många oerhört abstrakta och svåra att förstå sig på. Vad säger alla timmar loggdata från mina löparrundor om mig, min kropp och min hälsa? Den samlade mängden söksträngar som jag har matat in i Googles sökmotor, vad kan de berätta? Eller all den information som teleoperatörerna lagrar som ett resultat av min mobiltelefonanvändning, vad ger den för en bild av mitt liv? Det är inte nödvändigtvis så att den kunskap som kan härledas från all denna information avslöjar dåliga eller ovälkomna sidor av mitt liv. Det är dock få, om ens någon, av de etablerade mekanismerna för att hantera personlig integritet som är anpassade för den här typen av abstrakta men likväl personliga informationsinsamlingar (Bylund, 2013).

2.2 Personlig integritet

Integritetsfrågor gällande personlig information är den information som kan användas för att på ett unikt sätt identifiera, kontakta eller lokalisera en specifik användare (Joinson, Reips, Buchanan & Schofield 2008). Statens medicinsk-etiska råd (2012) menar att personlig integritet handlar om att individen själv förfogar över information som handlar om den egna personen samt att alla individer har rätten att behålla viss känslig information för sig själv.

Bylund (2013) skriver i sin artikel ”Personlig integritet på nätet” att marknadsförare och affärsidkare gnuggar händerna över att de kan ta reda på och samla in det mesta om dina köpvanor både på nätet och i butikerna. Det är ingen slump att reklamen du ser på din skärm när du använder olika typer av tjänster känns väldigt träffsäker. De vet vilka du umgås med, vad du gillar (eller borde gilla baserat på dina kontakter), var du surfar, din ålder, ditt kön och förmodligen mycket, mycket mer. Dessa uppgifter kan inom många områden vara nödvändiga för att en verksamhet eller tjänst ska fungera smidigt eller för att du ska kunna göra det du vill i olika sammanhang. Men det ska vara på dina villkor, du ska ha rätt att sätta gränser. Att värna om den personliga integriteten är en stolt svensk tradition, nästan en av våra bästa grenar. Att personlig integritet är en mänsklig rättighet slås fast i flera internationella konventioner och den europeiska konventionen om skydd för de mänskliga rättigheterna.

Nissenbaum (2004) nämner två typer av informationsnormer: Normer för lämplighet samt normer för flöde och distribution. När båda dessa normer upprättas så bibehålls integriteten, och integriteten kränks då någon av normerna brutits. Riktlinjen för privatliv är kontextuell integritet; att i varje given situation, är ett klagomål där den personliga integriteten har blivit bruten och kränkt är i själva verket att ett eller båda typer av informations normer har överträtts.

Personuppgiftslagen som beskriver vad som får och inte får samlas om privata uppgifter säger såhär:

Personuppgifter som är sparade i register, databaser och dylikt behöver endast tillämpas hanteringsreglerna, om det gör det påtagligt enklare att söka fram eller sammanställa de personliga uppgifterna. Hanteringsreglerna omfattar bland annat de grundläggande kraven, regler för behandling av känsliga personuppgifter samt hur de registrerade måste informeras. På sökmotorer indexerar innehållet och medför att de också undantags från hanteringsreglerna. Denna lag trädde i kraft 1 januari 2007. (Publicering på Internet 2012)

“Undantag för behandling av personuppgifter i ostrukturerat material 5 a § Bestämmelserna i 9, 10, 13-19, 21-26, 28, 33, 34 och 42 §§ behöver inte tillämpas på behandling av personuppgifter som inte ingår i eller är avsedda att ingå i en samling av personuppgifter som har strukturerats för att påtagligt underlätta sökning efter eller sammanställning av personuppgifter.

Sådan behandling som avses i första stycket får inte utföras, om den innebär en kränkning av den registrerades personliga integritet. Lag (2006:398).”

5a§ PUL (SFS 1998:204)

Wakefield (2013) skriver i sin artikel, att personlig information om användaren är mycket värdefullt för en organisations resurser och kan skapa en strategisk fördel för företaget i deras specifika område. Det finns dock en spänning mellan användarens önskan att skydda sin personliga information och företagets behov av att samla information om användarna. Insamling av information är viktigt för ett företag som driver sin verksamhet på Internet då företaget måste driva sin verksamhet vidare genom att förbättra relationerna med sina användare.

Wakefield (2013) nämner vidare, i en global studie som kom fram till att 90 % av respondenterna i undersökningen, var bekymrade över säkerheten av deras personliga information på en webbplats. Detta var en ökning från föregående år då 79 % av respondenterna var bekymrade. Detta bekymmer finns trots att det finns lagar om att varje företag ska skriva ut sin sekretessinformation, för att visa för användaren hur deras uppgifter vidare kommer att användas, så ökar antalet användare som är ovilliga att lämna ut personlig information. Flertalet individer är medvetna om att personlig information om användare, av t.ex. sökmotorer, samlas in utan deras vetskap och tillåtelse via: online-registrerings processer, cachar, cookies och loggar. Detta menar Wakefield (2013) kan vara en möjlig orsak till den ökade oron, att frivilligt lämna ytterligare upplysningar.

Shaker (2006) menar att det finns en skillnad på hur företag kan samla information samt den information som enskilda individer kan ta reda på. Företag har flera terabyte data som lagras och enorma mängder processorkraft som finns för att hantera informationen, vilket inte den enskilda individen har. Denna granskning resulterar i en sortering som ”silar och sorterar” för att kunna bedöma vilken information som är relevant för företaget. Det kan även vara väsentligt för en individ att veta härkomsten av en specifik sökning eller att kunna arkivera inköp

som utförts. Det finns verktyg som Google har skapat, för sina användare, för att kunna kolla upp sin information genom tjänster så som Desktop och Gmail. Det kan även finnas användare som är intresserade av att veta hur mycket tid som har spenderats på specifika webbplatser. För att göra detta krävs specialiserad mjukvara som inte är en allmän tillgång. Inspelningar av data är inte svåra att utföra, men att förstå den insamlade data kräver en väl genomförd analys. Företag sparar information om sina användare genom t.ex. användning av "cookies" och om användaren inte kommer att acceptera en cookie som rapporteras användarens surfvanor till servern, då kan inte användaren förvänta sig att information eller åtkomst kommer att finnas tillgänglig.

Enligt Shaker (2006) så har Google tillgång till mycket information om deras användare, mycket av detta skulle användare möjligen känna sig kränkta av, om de kände till hur Google hanterar informationen. Exempelvis om användaren har ett Gmail-konto så lagras innehållet på Googles servrar. Google kan även behålla restkopior på deras system, även om en användare har tagit bort innehållet eller avslutat kontot.

Hong och Thong (2013) kommer däremot med en annan synvinkel om den personliga integriteten på en webbplats. I deras undersökning definierar de personlig integritet som en förmåga hos individen att själv styra över. Individen styr; när, hur, samt i vilken utsträckning användarens personliga information kommuniceras till andra. Hong och Thong (2013) menar att ökningen av digitaliserad personlig information samt framsteg inom teknik på Internet innebär nya utmaningar för användaren. Hong och Thong (2013) menar, precis som

Wakefield (2013), att webbaserade företag kräver mer information från sina användare för att i sin tur öka kundnöjdheten. Det som skiljer Hong och Thong (2013) från Wakefields (2013) åsikter, är att även användarna i dagens samhälle är innehållsleverantörer på webbplatser. Detta genom att fler startar personliga bloggar eller själva lägger upp personlig information på sociala medier.

Något som även skiljer Hong och Thong (2013) undersökning från Wakefields (2013) är att deras artikel speglar en individs uppfattning om oro för hur personlig information hanteras av webbplatser, vilket inte Wakefields (2013) artikel berör. Denna uppfattning involverar hur individens förväntningar skiljer sig från webbplatsens hantering av personuppgifter, vilket inte nödvändigtvis innebär att individerna verkligen är bekymrade över att ge ut sin personliga information till webbplatsen.

2.2.1 Kontextuell integritet

Kontextuell integritet är en teori om privatlivet samt den personliga integriteten, det är ett kontextuellt ramverk som anknyter skyddet av personuppgifter till specifika normer för personligt informationsflöde inom givna kontext. Nissenbaum (2004) hävdar att normer som involverar information och är specifika för givna kontext reglerar flödet av personuppgifter mellan enheter. Denna teori om kontextuell integritet ger en bra ram för att vidare utvärdera, identifiera samt förklara varför vissa specifika mönster av informationsinsamling är acceptab-

la i en given kontext, men som kan ses som problematiskt i ett annat. Kontextuell integritet spelar en stor roll i relationen mellan den personliga integriteten samt förtroendet för en webbplats.

Ett exempel på kontextuell integritet menar Zimmer (2008) är att det kan vara acceptabelt för en läkare att fråga om en persons ålder, men det är inte acceptabelt för en bankkassörska att ställa en likvärdig fråga. Det är acceptabelt att ett flygbolag vet en resenärs destination men irrelevant och oacceptabelt för de att fråga vem resenären kommer att träffa samt vad de kommer att diskutera. Normerna för beteendet varierar alltså beroende på i vilket sammanhang det utspelar sig. Normerna styr flödet av när informationen är personlig, vilken typ av information samt hur mycket av informationen som är lämplig i det givna sammanhanget och information som personen i fråga känner är relevant att dela med sig av med andra. Inom varje sammanhang är det; de relevanta agenterna, typen av information samt principer för överföring, som kombineras för att forma den styrande informationsnormen. Informativa normer inkluderar alltid tre relevanta aktörer; subjektet för informationen, den som tillhandahåller informationen samt den som tar emot informationen.

Wakefield (2013) menar, precis som Zimmer (2008), på att den kontextuella integriteten även gäller individer som använder sig av Internet och att de kan vara mer eller mindre villiga att lämna ut viss information, i en given kontext. Wakefield (2013) menar exempelvis användare som handlar på Internet. Vi förstår att de måste lämna ut faktureringsadresser för att kunna slutföra ett köp samt för att kunna ta emot sina varor, men tvekar på att ge information om tidigare inköp från samma webbplats om de anser att det är för privat eller för riskfullt för att avslöja. Likaså gäller tveksamhet mot att ge ut e-postadresser till specifika webbplatser. Om en användare inte känner ett starkt förtroende till webbplats kan de känna en osäkerhet med att ge ut sin personliga e-postadress då webbplatsen möjligen kan skicka mängder av spam till dem eller ge dem annan information som inte efterfrågas.

2.3 Motsägelser

Hong och Thong (2013) artikel visar på att deras fynd stöder ett ”prat är billigt” problem där offentliga undersökningar om privatliv tenderar att visa en ökad efterfrågan på integritetsskydd från individer än vad de faktiskt begär detta menas vara en konsekvens av att respondenterna säger en sak men sedan agerar på ett annat sätt än vad han/hon sagt. Hong och Thong (2013) kommer alltså fram till att en av deras fynd i artikeln är att finns en skillnad på vad individer säger samt hur de agerar.

Harper och Singleton (2001) skriver i sin artikel ”With a grain of salt” att dimensionerna av konsumenternas handlingar inte tydligt visar en oro för privatlivet så kraftigt som förväntat. Endast en liten del av användare väljer att aktivt använda kryptering eller byta lösenord så ofta som det rekommenderas. Få väljer att använda sig av hjälpmedel för att exempelvis varna om ”Cookies” och dylikt. Den insats som krävs från användaren för att använda sig av dessa

medel beskriver Harper och Singleton (2001) skulle vara en insats som sträcker sig från lätt till minimal. Detta visar på att det finns andra prioriteringar för användaren som är mer relevanta, så som att spara några extraminuter när de surfar på Internet vilket de gör om de inte använder sig av dessa medel som finns tillgängliga. Harper och Singleton (2001) menar på att dessa beteenden visar på att även om enkäter och undersökningar tyder på att konsumenternas efterfrågan på integritet är hög, så backas det inte upp av bevis av konsumenternas beteende. Wakefield (2013) skriver att risk och nytta också ligger bakom självutlämnande beteende. Till exempel kan en del återförsäljare online uppmuntra användare av Internet att själv lämna ut personuppgifter genom att öka upplevda fördelar såsom tillgång till en webbplats innehåll, kuponger, gåvor eller andra belöningar. Andra återförsäljare hanterar användarnas riskuppfattning genom att betona sekretesspolicy och sekretess symboler. Vilket även detta kan påverka att användaren inte är så orolig för privatlivet som de möjligen uttrycker.

Vidare menar Harper och Singleton (2001) med uttrycket ”prat är billigt” att problemet är att konsumenterna själva skall rapportera om hur de agerar, detta kan leda till att konsumenterna svarar vad de tror att det rätta svaret borde vara. Vilket leder Harper och Singleton till att tro att den stora delen av konsumenternas agerande inte motsvarar den grad av oro som de har svarat att de har.

Joinson et al. (2008) anser att oavsett källa så är det viktigt för användare att veta härkomst och riktighet i information som lämnas ut. Det är också viktigt för användaren att veta att informationen de lämnar ut används på ett lämpligt sätt. För webbplatser innebär det att få användarna att få ett starkt förtroende för dem, genom att använda informationen från användarna på ett förtroendeingivande sätt.

Harper och Singleton (2001) påvisar i sin artikel att sekretess undersökningar har i allmänhet uppmanad respondenterna att överväga integritet som en generisk fråga med en generisk lösning. Resultaten av dessa undersökningar kan alltså bli en missvisning av användarens handlingar. Baserat på undersökningar finns det möjlighet att analytiker visar en väldigt missvisande bild över hur användare verkligen tänker kring personlig integritet. De menar även att flera undersökningar kring integritet på Internet kan vara vilseledande, de menar att i flera undersökningar får respondenterna frågan om de är oroad eller inte kring sekretess på Internet. De menar att det finns ett uppenbart svar till denna fråga och menar på att det inte är många som inte skulle svara att de inte på något sätt var oroad kring sekretess på Internet. Detta menar Harper och Singleton (2001) leder till att undersökningarna visar att respondenterna rapporterar att de är oroad eller mycket oroad kring sekretess på Internet. Detta menar Harper och Singleton (2001) är en missvisning till hur oroad respondenterna egentligen är och menar att dessa svar inte visar på hur konsumenterna ser på integritet på Internet i jämförelse med andra bekymmer så som exempelvis inbrott. De menar även att få respondenter verkligen skulle kolla upp vad en Cookie innebär.

För att kunna visa en rättvis bild över oro kring personlig integritet på Internet så skall det jämföras med andra oros moment som en konsument har och sedan utvärderas hur stor oron

egentligen är kring personlig integritet på Internet. Flera undersökningar har funnit en större misstro mot exempelvis näthandel av säkerhetsskäl bland icke-Internetanvändare än bland regelbundna Internetanvändare. Misstronivån är också generellt lägre bland erfarna användare än de är bland oerfarna användare, detta kan innebära att personlig erfarenhet har en lugnande verkan på konsumenterna (Harper & Singleton, 2001).

Harper och Singleton (2001) tar upp Amazon.com som exempel och menar att erfarna användare har lärt sig att detta är en pålitlig källa för att köpa böcker och inte ett olycksbådande företag som spårar kunder i hopp om att kunna genera dem, Harper och Singleton (2001) menar även på att de olika nivåerna av förtroende kan bero på användarens attityd till tekniken. Detta stödjer även Wakefield (2013) som menar att en positiv inställning till teknologin påverkar utlämnandet av personliga uppgifter. Och en negativ syn minskar viljan till att lämna ut information på Internet. Hon menar att teknik som uppfattas som "roligt" skapar en förväntan om en inre psykologisk belöning som är tillräcklig för att motivera ihållande eller omfattande teknikanvändning.

Bylund (2013) menar att IT inte behövs användas som ett verktyg för att invadera vår personliga integritet utan att IT faktiskt kan bidra till personlig integritet, inte bara erbjuda olika grader av begränsning. I vissa fall skapar IT helt nya möjligheter till integritet, medan det i andra fall kan stödja redan etablerade sätt att åstadkomma den. Framförallt erbjuder perspektivet möjligheten att diskutera hur man utformar system så att man i minsta möjliga utsträckning kringgår de metoder som människor använder sig av för att upprätthålla personlig integritet.

Bylund (2013) skriver även att introduktionen av mobiltelefoni har förändrat vår upplevelse av vad som anses vara privat respektive publikt. Ännu många år efter mobiltelefonins intåg i samhället under 1980-talet var det många som vägrade att använda tekniken eftersom de uppfattade det som en kränkning av deras integritet att kunna bli nådd var som helst och när som helst. Idag är det få som undviker mobiltelefoner av det specifika skälet.

2.4 Sekretess

Hong och Thong (2013) definierar sekretess som förmågan hos individen att kontrollera när, hur och i vilken utsträckning hans eller hennes personliga information kommuniceras till andra. De menar att detta är en av de viktigaste etiska, juridiska, sociala och politiska frågorna i informationsåldern.

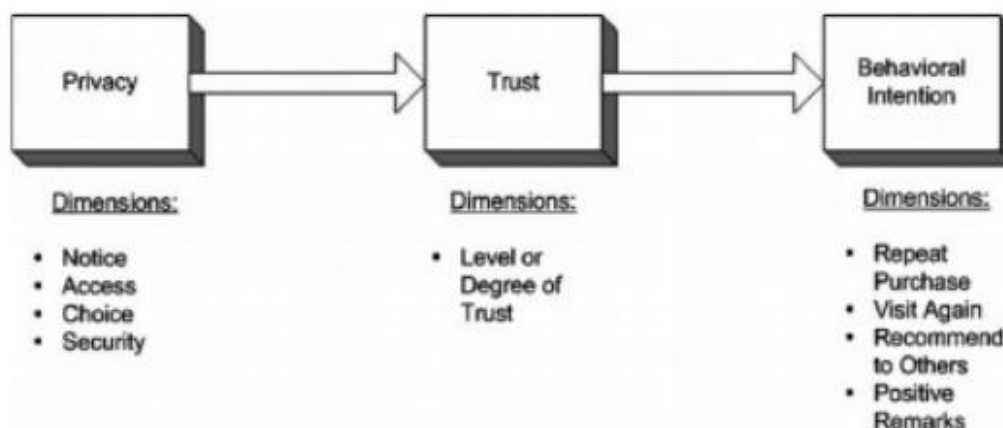
Bylund (2013) anser även att det vi väljer att dölja är ofta rena vardagligheter, för att inte säga trivialiteter. Hur vi ser ut när vi vaknar på morgonen är ett bra exempel på vardaglig information som de flesta väljer att inte förmedla till andra än de verkligen nära och kära. Likaså begränsar vi tillgången till information det vi talar om när vi äter lunch med våra kollegor eller hur vi ser ut när vi en ledig söndagseftermiddag.

Inget av detta är hemligt för de flesta av oss men det handlar inte så mycket om att gömma hemligheter som att skapa närvaro genom att reglera tillgången till information i våra möten med andra.

Hong och Thong (2013) menar att ökningen i digitaliserad personlig information och framsteg inom Internet-teknik innebär nya utmaningar för användaren. Samtidigt som företag skapar personliga webbtjänster och använder sig av Business Intelligence programvaror som kräver insamling och utvinning av oerhörda mängder av personlig information så använder även användaren Internet på ett nytt sätt. Användare bli innehållsleverantörer genom att de går med i sociala nätverk, bloggar och skapar hemsidor där de lämnar ut information och denna information blir då mer sårbar.

Hong och Thong (2013) påvisar att det funnits ett flertal rättegångar mot populära webbplatser för brott mot integritet online och genomförandet integritetsskydd online, de påvisar även att forskare även förespråkar en omprövning av integritetsfrågor så de skall reflektera den samtida karaktären av denna dynamiska konstruktion. De menar att det är viktigt att förstå att integritetsfrågor är något som noga skall ses över då dessa frågor är grundläggande för framgång inom framväxande Internet-teknik.

Vissa företag har kommit fram till att användarna är mer benägna till att lämna ut personlig information i en given kontext, när webbplatsen har heltäckande sekretesspolicy på plats och ett pålitligt rykte. (Wakefield, 2013). Google själva har uttryckt att de tror att den personliga integriteten är en av grundstenarna i att skapa ett bra förtroende (Joinson et al, 2008).



Figur 2.3 Privacy – Trust – Behavioral model

”Privacy – Trust – Behavioral” modellen skapad av Liu, Marchewka, Lu och Yu (2004) visar deras syn på hur personlig integritet och förtroende i en positiv bemärkelse kan utvinna en fördel för användaren på en webbplats. Liu et al. (2004) menar på att faktorerna för att ett starkt förtroende skall kunna byggas upp för en webbplats så behöver den tydlig beskriva i vilket sammanhang de behöver den personliga informationen samt att webbplatsen måste ha sin sekretessinformation väldefinierad. Användaren måste i sin tur vara villig att ge ut sin per-

sonliga information för att sedan kunna möjliggöra för webbplatser att avancera i sitt område. Det måste finnas ett förtroende mellan användare och webbplats, vilket skapas genom utformningen av den specifika webbplatsen. Liu et al. (2004) menar att organisationer i dagens samhälle är beroende av detta förtroende, mellan användare och deras webbplats, för att de ska kunna växa. Detta beroende har skapats då personlig information har blivit väsentlig för företag för att kunna bli mer konkurrensfördelaktiga. Lui et al. (2004) skriver även i sin artikel att ett förslag från FTC (US Federal Trade Commission) förespråkar en rättvis informationsmetod vilket inkluderade fyra dimensioner:

Notis – Tillhandahålla en notis till användaren innan deras personliga information blir insamlad.

Tillgång – Tillhandahålla användaren tillgång till information som blir insamlad om dem.

Valmöjlighet - Tillhandahålla användaren med ett val att kunna godkänna eller att inte godkänna att företaget använder eller tar del av personlig information som är insamlad om användaren.

Säkerhet – Tillhandahålla rimlig försäkran att den personliga informationen som sparas hålls säker.

Wakefield (2013) skriver i sin artikel att en del företag har kommit fram till att användarna är mer benägna till att lämna ut personlig information när de har heltäckande sekretessinformation och ett pålitligt rykte. Liu et al. (2004) skriver att även om företag är belägna att etablera ett starkt förtroende hos sina användare genom att ha en grundläggande säkerhetsplan, så är det bara strax över 50 % av de stora företagen som tillhandahåller sekretessinformation eller lämpliga länkar till informationen via deras webbplatser.

2.5 Teoretiskt ramverk

Utifrån teorin som redovisas ovan har vi format ett ramverk som vi kommer att återkoppla till under hela undersökningen. Frågorna som visas i ramverket är baserade på huvudfrågorna som formulerats i inledningen. För att ytterligare strukturera frågorna så delades de upp i fyra olika teman; Förtroende, personlig information, motsägelser samt sekretess.

Tabell 2.1 Teoretiskt ramverk

Forskningsfråga	Tema	Författare
<i>“Hur uppfattas den personliga integriteten vid stor datafångst?”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Förtroende 	<ul style="list-style-type: none"> Flavián och Guinalú (2006) Hoffman (1999) Metzger (2004) Shaker (2006) Swaminathan (1999) Wang och Emurian (2005) Bylund (2013)
<i>“Hur uppfattas den personliga integriteten vid stor datafångst?”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Personlig integritet 	<ul style="list-style-type: none"> Hong och Thong (2013) Joinson et al. (2008) Statens medicinsk-etiska råd (2012) Nissenbaum (2004) Shaker (2006) Wakefield (2013) Zimmer (2008) Bylund (2013)
<i>“Finns det en motsägelse hos individen vid användning samt agerande gällande stor datafångst?”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Motsägelse 	<ul style="list-style-type: none"> Harper och Singleton (2001) Hong och Thong (2013) Joinson et al. (2008) Wakefield (2013) Bylund (2013)
<i>“Hur uppfattas den personliga integriteten vid stor datafångst?”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Sekretess 	<ul style="list-style-type: none"> Hong och Thong (2013) Joinson et al. (2008) Liu et al. (2004) Swaminathan (1999) Wakefield (2013) Bylund (2013)

Nedan ges en beskrivning av de olika teman som använda vidare i studien.

Förtroende

Utifrån teorin kan vi konstatera att ett starkt förtroende är en viktig bidragande faktor till att användare ska bli villiga att ge ut information. Metzger (2004) menar att ett starkt förtroendet blir nyckeln i utlämnandet av information, både på Internet samt i det vardagliga livet.

Hoffman (1999) visar att förtroende är viktigt, i en miljö på Internet, genom en studie som visar att 63 % av Internetanvändare, som har nekat till att ge ut information till webbplatser, har rapporterats göra detta av ett bristande förtroende till webbplatserna. Det finns flera faktorer som påverkar ett förtroende, i vår undersökning ville vi se om våra respondenter hade ett förtroende för Google samt varför. Under dessa grunder valde vi att inkludera temat, förtroende, i vårt teoretiska ramverk.

Personlig integritet

Personlig information är ofta känslig och ges endast ut i en trygg miljö (Nissenbaum 2004) En undersökning, utförd av Wakefield (2013), visade på att 90 % av de givna respondenterna var bekymrade över säkerheten av deras personliga information på en webbplats. Detta var även en ökning från 2010 där samma undersökning utformades där endast 79 % uttryckte en bekymrad. Detta visar på att hanteringen av personlig information blir viktigare för användare av Internet. Det blir ett tema som blir högst relevant för oss att inkludera i vårt ramverk.

Motsägelser

Hong och Thong (2013) menar att det finns en skillnad mellan en individs förväntningar samt webbplatsens hantering av personuppgifter. Dock så innebär detta inte nödvändigtvis att individen verkligen är bekymrad över vilken information de lämnar ut till webbplatsen. Det Hong och Thong (2013) har kommit fram till genom detta är att det finns en skillnad mellan vad individer säger samt hur de agerar. Genom denna information i teorin har vi kommit fram till temat motsägelser och temat sekretess som två viktiga delar att vidare undersöka i uppsatsen.

Sekretess

För att ett starkt förtroende skall kunna byggas upp behövs enligt Liu et al. (2004) en tydlig beskrivning över vilket kontext den personlig information kommer användas i samt att webbplatsen måste ha en väldefinierad sekretessinformation. Wakefield (2013) håller med i detta påstående då han i sin artikel menar att användare är mer benägna att lämna ut sekretessinformation när webbplatsen har en heltäckande sekretessinformation.

3 Metod

Detta avsnitt redogör för hur uppsatsen har blivit genomförd. Här redovisas tillvägagångssättet för att kunna besvara vår problemformulering och syftet för uppsatsen.

Uppsatsen inleddes med en grundläggande efterforskning inom området för att kunna samla relevant information som vidare ska behandlas. För att genomföra denna efterforskning gjordes sökningar på "Google scholar", "Science Direct" och "Libhub". Vi utgick även från "Basket of eight" som är topp journaler inom vårt område, dessa användes för att få en förtroendefull grund i uppsatsen, men en klar inriktning på IT. Sökmotorerna som vi valde att använda oss av fick upp flest relevanta sökningar och artiklar, som vi efterfrågade. Sökorden som användes i samband med att hitta relevanta artiklar till uppsatsens teoridel var "privacy, trust, online". Efter en grundlig datainsamling och på läsning inom ämnet så kunde arbetet fortskrida.

3.1 Etiska aspekter

När man ska utföra intervjuer finns det en del grundläggande etiska aspekter som ska hållas i åtanke och efterföljas. Enligt Kvale (1997) finns det tre aspekter att tänka på. Den första aspekten är att det är viktigt att alla respondenter ställer upp frivilligt och att dessa har vetskapen om vilka som kommer att ta del av de svaren som ges under intervjun samt att de måste kunna dra sig ur om de önskar. Respondenten måste bli tilldelad viktig information som rör intervjun men det måste balanseras, de får inte bli överinformerade. Att respondenten måste kunna svara anonymt är den andra aspekten, detta är till för att skydda personens privatliv. Om man skulle behöva avslöja deras identitet så måste detta först godkännas av personen i fråga. Den sista aspekten som man måste tänka på är att intervjupersonen upplever att informationen som ges är fullständig och att den återges i rätt sammanhang, detta kan göras genom att alla respondenter får ta del av den empirin som de är delaktiga i.

För att kunna följa de aspekterna som visas ovan så tillfrågades respondenterna om de ville medverka i vår undersökning samt att de fick bestämma vart och när mötet skulle hållas. Innan intervjun startade så blev varje respondent tillfrågad om de ville vara anonyma.

3.2 Reliabilitet och validitet av studien

Genom att söka efter kunskap inom det givna problemområdet, genom en litteraturstudie samt utefter den skapat ett ramverk för uppsatsen, så innebär det att vi har valt en deduktiv forskningsansats. Att använda sig av en deduktiv forskningsansats kan medföra en del risker. Dessa risker kan medföra att objektiviteten minskar under intervjuerna samt att frågorna som ställs till respondenterna kan bli ledande. För att minimera denna risk menar Kvale (1997) på att personen som utför intervjun inte ska lägga in egna värderingar i frågorna. Detta har vi försökt att undvika genom att formulera frågorna på ett så objektivt sätt som möjligt och på detta vis förhålla sig helt neutrala vid intervjun. För att minimera risken för att påverka respondenterna har frågorna utformats så öppet som möjligt samt undvikit frågor som kan besvaras med ja och nej, efter detta inte ger oss några direkta åsikter och uppfattningar. För att

öka reliabiliteten ytterligare har samma frågor och tillvägagångssätt används i samtliga intervjuer.

Vårt begränsade antal respondenter är ett faktum som kan påverka slutsatsens validitet negativt. Detta faktum kan leda till att det dras felaktiga slutsatser. Dock har den slutsatsen som vi har kommit fram till stöd i annan forskning inom vårt problemområde, vilket ökar validiteten och kvalitén på uppsatsen.

3.3 Metodval

3.3.1 Den semi-strukturerade intervjun

Vi ville analysera hur individer som använder sig av Google ser på sin personliga integritet i en given kontext. Det blev då direkt nödvändigt att genomföra en kvalitativ undersökning för att kunna uppnå detta. Genom att komma i kontakt med intervjupersonerna så kunde vi analysera problemområdet samt andra komplexa faktorer inom ämnet. Tekniken som vi valde att använda oss för att kunna analysera det givna problemområdet var den semi-strukturerade intervjun.

Grunden till att vi valde att använda oss av just denna metod var att med en semi-strukturerad intervju kan samtalet föras mer naturligt och låta personen i fråga i en viss utsträckning styra i vilken ordning olika saker kommer upp (Trost, 2005).

Vi ville få intervjupersonernas perspektiv i de givna frågorna. Endast ett fåtal intervjupersoner kunde därför endast tas med i undersökningen.

3.3.2 Urval

Vi har utfört en kvalitativ undersökning och syftet är att skapa en förståelse för frågorna som vi undersöker. I vår undersökning valdes våra respondenter ut mot deras användning av Internet. Tillsammans gjorde vi en subjektiv bedömning av vilka som skulle vara bra respondenter. Vi begränsade vårt urval till personer som var mellan 20 – 30 år gamla, som ofta använder sig av Google. Vi såg att en involvering inom IT-branschen var en positiv faktor då detta kan medföra att de personerna har mer insikt i det givna ämnet. Vi valde därför att ha med två respondenter med bakgrund inom IT-branschen.

3.3.3 Datainsamling och transkribering

Under varje intervju så gjordes det en ljudupptagning som användes till underlag för transkribering samt för att lättare kunna analysera vad som sagts, detta gjordes med respondenternas godkännande. Respondenterna fick själva välja plats för intervjuerna, detta eftersom de då känner sig tryggare, då de får välja en avskild och lugn miljö. Intervjuerna varade i 10 – 15 minuter och avslutades när vi hade samlat in den informationen vi behövde.

Transkriberingen utfördes i samband med utförd intervju för att slippa stå med stora mängder ohanterlig data som sedan ska analyseras. Vi valde att ta bort skratt samt inledande och avslutande fraser.

3.3.4 Dataanalys

En transkribering innehåller mängder av irrelevant information och är ytterst överskådlig. För att kunna skapa ett mer överskådligt och förenklat material så genomfördes en sällning för att lättare kunna förmedla informationen. Det sker en systematisering av data där man letar efter meningar och orsaker som ordnar data.

Graneheim och Lundman (2004) föreslår att det ska ske en förenkling av det transkriberade materialet genom att tolka alla respondenters individuella svar. Detta ger oss en överblick över materialet som sedan kan tematiskt delas in. Denna sammanställning innehöll nyckelord som var plockade från varje respondents svar på en given fråga, dessa jämfördes sedan med de andra och vi hittade samband mellan de olika respondenterna. Detta användes senare för att stödja eller motsäga det teoretiska ramverket som vi valt att använda.

När vi hade tagit fram nyckelorden skulle vi se om vi kunde se ett mönster från de svar som vi nu hade systematiserat. Vi har lyft upp de svaren som skiljer sig för att se vad som eventuellt bryter mönstret.

Ibland upplevde vi att det kunde vara svårt att tolka den informationen som vi hade fått från intervjupersonerna och att detta kunde göra att informationen som visas upp kanske inte gör intervjupersonen rättvist. Vi har försökt att se till att alla svaren tolkas enligt rätt metoder utan att göra egna reflektioner kring det.

3.4 Utformning av intervjufrågorna

Vi har utgått från relationen mellan den personliga integriteten och förtroendet, på en webbplats, när vi utformat intervjufrågorna. För att få svar på våra huvudfrågor i uppsatsen så valde vi att utforma intervjufrågorna enligt denna relation, eftersom denna relation är vår teoretiska utgångspunkt. Intervjuerna utfördes semi-strukturerat på sex noga utvalda personer. Vi har valt att fokusera på sex personer som använder sig av Google dagligen, där alla har ett Gmail-konto. Detta för att få relevanta svar i intervjuerna för vår undersökning samt att vi anser att dessa personer är de mest involverade i Googles hantering av personlig information. Relationen mellan förtroende och personligintegritet kombinerades med våra intervjufrågor för att sedan kunna analysera respondenternas åsikter och känslor kring insamling av information och personlig integritet. Vi har vidare kunnat undersöka om sambandet även stämmer för en annan webbplats än de som används i originalundersökningen.

Nedan visas intervjufrågorna som ställdes till respondenterna samt syftet med frågan:

Fråga 1: Har du ett förtroende för att Google hanterar din personliga information, t.ex. personuppgifter, sökord, dokument i Google-docs och mail på ett rättfärdigt sätt? Exempelvis om du använder din Gmail, anser du då att Google respekterar din personliga integritet genom att inte läsa dina mail?

Syftet med frågan: Vi ställde denna fråga i den meningen att se om det fanns ett förtroende för Google som hemsida, vi ville testa sambandet genom att ställa en öppen förstafråga om förtroendet för att sedan kunna analysera vidare om sambandet stämmer överens med teorin om att förtroendet påverkas av den personliga integriteten.

Fråga 2: Vad tror du att Google använder din personliga information till (T.ex. personuppgifter, sökord, dokument i Google-docs och mail)?

Syftet med frågan: Denna fråga ställde vi i syfte för att se om våra respondenter visste hur deras personliga information blev behandlade, vi ville se om förtroendet för Google som företag ändrades när de fick reflektera om hur deras personliga uppgifter behandlades.

Fråga 3: Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registreras av företaget Google? I vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter? Hur ser du på att även sökningar och sökord som kan vara mer personliga samlas in av företaget Google?

Syftet med frågan: Denna fråga är baserad på fråga 2 som behandlade deras åsikter om vad Google gjorde med användares personliga information. Fråga 3 var en följdfråga där vi ville se i vilket syfte användarna trodde att Google samlade in information om sina användare.

Fråga 4: Tror du att det finns en skillnad på uttalad personlig integritet och hur folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster? Att personer säger att de borde använda Google på ett sätt men att de sen inte gör det.

Syftet med frågan: Denna fråga gav oss en bild över om våra respondenter ansåg att det fanns en motsägelse vid användandet av Googles tjänster. Denna fråga testade även relationen mellan personlig integritet och förtroende, för att undersöka till vilken grad det stämmer att ett förtroende måste finnas för att användare skall använda tjänsten. Genom att fråga respondenterna på ett sådant sätt, att det inte var riktad mot dem, så kunde vi få ett mer sanningsenligt svar.

Fråga 5: Som många andra företag som hanterar information om personer har även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar förtroendet hos privatpersoner för företaget?

Vilken roll tror du att sekretessinformationen spelar för individer när de vet att den finns där?

Syftet med frågan: Med hjälp av denna fråga vi ville testa om förtroendet för Google ökade genom att de hade sin sekretessinformation utskriven på hemsidan. Enligt vår teoretiska ram så borde förtroendet öka genom en tydlig policy om hur uppgifter hanteras.

Genom att bygga upp intervjufrågorna från våra teoretiska utgångspunkter, vilket kretsar kring relationen mellan personlig integritet och förtroende för en webbplats, så kunde vi få relevanta svar från våra respondenter och som sedan kunde återkopplas tillbaka till vår teori. Denna underlättade arbetet med uppsatsen avsevärt då den röda tråden blev betydligt starkare.

Denna uppbyggnad kunde även vidare användas i analysen för att se hur respondenternas svar stämde överens, eller skilde sig, mot teorin.

4 Resultat

I detta kapitel presenteras de resultaten som har framkommit genom respondenternas svar under intervjuerna. Intervjumaterialet har sedan analyserats och varvats med våra teoretiska utgångspunkter.

Nedan presenteras en analys av teorin samt material från intervjuerna som utfördes på sex noga utvalda personer. Dessa intervjuer utfördes för att få fram en vardaglig användares åsikter om personlig integritet. Frågorna som respondenterna har svarat på har varit uppdelade i fyra olika teman; Förtroende, Personlig integritet, motsägelser samt sekretess. En mer detaljerad intervjuguide finns tillgänglig, i Tabell 2.1.

4.1 Bakgrund

För att kunna utskilja anledningen till varför en del respondenters svar skiljer sig åt, så har vi valt att kort presentera respondenternas bakgrund. Detta för att kunna se vilka likheter samt skillnader som de besitter.

P1 - Respondent P1 är 25 år gammal och använder Googles tjänster både i privat bruk och inom arbetsrelaterade uppgifter. Respondenten arbetar inom IT-branschen och använder sig av Google dagligen för att hitta information som är relevant för arbetet.

P2 - Respondenten P2 är 25 år gammal, använder Googles tjänster för privat bruk då det inte får förekomma Internetanvändning i respondentens arbete. Respondenten använder Google dagligen i privat bruk.

P3 - Respondent P3 är 21 år gammal och använder Googles tjänster i privat bruk samt i utbildningssyfte, dagligen.

P4 - Respondent P4 är 24 år gammal och använder Google tjänster endast i privat bruk, men dagligen. Arbetar inom handelsbranschen där användningen av Internet är förbjuden på arbetsplatsen, alltså sker ingen användning av Googles tjänster inom arbetet. Ingen utbildning eller arbetsrelaterade uppgifter inom IT.

P5 - Respondent P5 är 28 år gammal och använder Googles tjänster såväl i arbetet som i privata bruk, dagligen. Arbetar på en arbetsplats där användningen av Googles tjänster är väsentlig och förenklar arbetes gång avsevärt. Arbetar och är utbildad inom IT.

P6 - Respondent P6 är 21 år gammal och använder endast Googles tjänster i privat bruk, dagligen. Ingen utbildning eller arbetsrelaterade uppgifter inom IT.

Respondenternas åldersskillnader kan ha en viss betydelse och det kan även återses i svaren under intervjuerna. Även om Respondenterna använder Google tjänster inom arbetet. Två av respondenterna har arbetat inom IT-branschen och kan därför ha en större inblick i det ämnet som vi undersöker, detta kan göra att deras svar skiljer sig något från övriga respondenter.

4.2 Teman

4.2.1 Förtroende

Fråga 1: Har du ett förtroende för att Google hanterar din personliga information, t.ex. personuppgifter, sökord, dokument i Google-docs och mail på ett rättfärdigt sätt? Exempelvis om du använder ditt Gmail-konto, anser du då att Google respekterar din personliga integritet genom att inte läsa dina mail?

Tabell 4.1 Nyckelord från intervjufråga 1

Intervjuer - nyckelord	
Fråga 1	
Tema: Förtroende	
Respondant	Nyckelord
P1	Har förtroende för Google pga. respondenten inte håller privat information på Googles tjänster.
P2	Har inte förtroende för Google, eftersom de inte respekterar integritet.
P3	Tror att Google använder privata uppgifter på ett rättfärdigt sätt. Anser att bara användare som har något att dölja tänker mer på denna fråga.
P4	Har förtroende för Google då det är ett stort och väl etablerat företag.
P5	Har förtroende för Google och är medveten om att dem har uppsikt över innehållet på deras tjänster.
P6	Har relativt stort förtroende för Google då det är ett stort och väl etablerat företag. Ogillar dock att Google samlar in respondentens privata information.

Respondent P1 ansåg, i denna fråga, att det finns ett förtroende för att Google hanterar personlig information på ett rättfärdigt sätt och säger även att det inte finns någon oro över att Google skulle läsa privata mejl, då respondenten inte har något att dölja. P1 menar även att det finns en medvetenhet om att Google skulle kunna läsa mejlen, eftersom de har befogenhet till detta (P1, rad 20-21). Men respondenten menar vidare att en vanlig användare anses vara för obetydlig för att Google skulle visa något intresse i den informationen som de skulle hitta genom att läsa privata mejl (P1, rad 25-26). Dock så uttrycker sig respondenten att det finns ett misstycke i att ett så stort företag skulle välja att missbruka sin makt på ett sådant sätt och menar vidare på att man som privatperson inte skulle kunna göra mycket åt detta. Respondenten anser att det är beklagligt att detta ens ska behövas diskuteras, Internet borde vara fritt och företag ska inte reglera vad som sparas eller inte (P1, rad 25).

Respondent P2 svarade att det inte fanns så mycket förtroende till Google. Men att förtroendet om att Google inte läser mejlen, inte var en avgörande och påverkande faktor (P2, rad 13). Respondenten anser att Google använder sig av riktad reklam vilket borde resultera i någon form utav insamling av information från användarna, därav menar respondenten att finns det någon som kollar upp användarnas aktiviteter (P2, rad 14-15). Detta ansåg respondenten var ett intrång i den personliga integriteten. Genom att Google gör detta så anser respondenten att

Google som företag aldrig har visat att de respekterar individers integritet och är därav anledningen till att respondenten inte litar på Google (P2, rad 16).

Respondent P3 ansåg att förtroendet för Google fanns där eftersom hanteringen av personlig information sker på ett rättfärdigt sätt (P3, rad 14). Respondenten tror inte att Google, exempelvis, läser privata mail (P3, rad 17-18). Dock så var respondenten medveten om att insamling av sökningar, gjorda av användare på Google, sparades (P3, rad 14). Detta ansåg respondenten endast bli ett problem för individer med något att dölja, inte för resterande (P3, rad 17).

Respondent P4 hade ett förtroende för att Google hanterade uppgifterna på ett rättfärdigt sätt (P4, rad 10) och ansåg att det inte fanns någon anledning till att inte lita på Google eftersom de kändes som ett stort och pålitligt företag (P4, rad 15). Respondenten anser att Google inte skulle vilja förstöra sitt goda rykte som de byggt upp genom att exempelvis läsa privatpersoners mejl (P4, rad 16).

P5 hoppades på att Google hanterade personlig information på ett rättfärdigt sätt. (P5, rad 17). Respondenten kände dock att man som användare inte har någon större koll och att det fanns en begränsning i att kunna kolla upp hur Google verkligen hantera informationen (P5, rad 19-20).

Respondent P6 ansåg att det var mycket svårt att veta om Google hanterade personliga uppgifter på ett rättfärdigt sätt. Respondenten yttrade sig om att det var "läskigt" att Google hade så mycket information om sina användare (P6, rad 17), men kände sig ändå relativt säker i Googles hantering (P6, rad 18). Respondenten menade vidare på att den känslan av säkerhet grundade sig i att respondenten själv inte hade mycket information på Googles tjänster utan endast ett fåtal mejl (P6, rad 19). Respondenten ansåg att Google var ett så pass stort företag att de borde hantera personlig information på ett rättfärdigt sätt och detta ansåg respondenten ökade förtroendet för företaget (P6, rad 22).

4.2.2 Personlig integritet

Fråga 2: Vad tror du att Google använder din personliga information till (T.ex. personuppgifter, sökord, dokument i Google-docs och mail)?

Tabell 4.2 Nyckelord från intervjufråga 2

Intervjuer - nyckelord	
Fråga 2	
Tema: Personlig integritet	
Respondant	Nyckelord
P1	Ingen åsikt i frågan
P2	I syfte av att tjäna pengar och reklam
P3	Sparar uppgifter för att kunna använda i annonseringssyfte
P4	Visste inte att Google använder personliga uppgifter
P5	Visste inte att Google använder personliga uppgifter
	Sparar uppgifter för att kunna tjäna pengar och av säkerhetsskäl
P6	För att rikta sökresultat mot användaren

Respondent P1 menade att tanken om vad Google använder personlig information, från deras användare, till inte var någonting som respondenten direkt reflekterade över (P1, rad 34). Respondenten sa även att reflektioner om vad Google använder den personliga informationen till var obetydlig (P1, rad 31).

P2 tror att Google använder den personliga informationen för att sedan kunna erbjuda rikta reklam till deras användare samt att Google gör detta för att vidare kunna tjäna mer pengar (P2, rad 19). Respondenten hoppas på att Google inte använder den personliga informationen på något annat sätt än det som nämns ovan. Detta anser respondenten skulle vara mindre fördelaktigt för användarna (P2, rad 22-23).

Respondent P3 tror att Google sparar allt som användarna, av deras tjänst, söker på och att de gör det i syfte av att vidare kunna sälja in mer anpassad reklam till sina användare (P3, rad 23). Respondenten nämner ett exempel om en användare som frekvent söker på katter och kattrelaterade saker. Denna person skulle få mycket reklam som vara riktad åt att försöka sälja in varor som är till för just katter. Respondenten tror även att personlig information samlas in i det syfte att försöka öka säkerheten. Exempelvis så nämner respondenten att det kan vara ett fördelaktigt sätt att hitta personer som begår eller har begått brott (P3, rad 24).

Respondent P4 var omedveten om att Google använder sig av personlig information från deras användare och hade vidare ingen aning om att denna information sparades (P4, rad 20). Respondenten menade på att det exempelvis skulle vara helt i sin ordning att Google läser mejl från sina användare, då de ligger på Googles egna servrar (P4, rad 21). Annan information menar respondenten skulle vara fel av Google att spara och använda (P4, rad 28).

Respondent P5 var inte medveten om att personlig information sparades av Google (P5, rad 31) men efter att ha blivit tilldelad denna information, om att Google samlar information, så

menade respondenten på att det förmodligen var i syftet av att tjäna pengar (P5, rad 32). Detta ansåg respondenten var det huvudsakliga syftet för alla företag som samlar personlig information från sina användare, men att det även kunde vara av säkerhetsskäl som informationen användes. Detta för att kunna underlätta att få tag i brottslingar över Internet (P5, rad 62).

P6 ansåg att Google använder den personliga informationen för att kunna variera sökresultaten för olika användare. Respondenten ansåg att det var på grund av detta Google samlade in personlig information (P6, rad 32).

Fråga 3: *Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registreras av företaget Google? I vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter? Hur ser du på att även sökningar och sökord som kan vara mer privata samlas in av företaget Google?*

Tabell 4.3 Nyckelord från intervjufråga 3

Intervjuer - nyckelord	
Fråga 3	
Tema: Personlig integritet	
Respondant	Nyckelord
P1	Tror att informationen registreras Google samlar statistik Använder deras tjänst, så de får samla vad de vill
P2	Tror att informationen registreras Utblottad Inget känns privat
P3	Google samlar information för att bli mer konkurrensfördelaktiga
P4	Google samlar information i säkerhetssyfte, anses som ofördelaktigt
P5	Vet att information registreras, anses som ofördelaktigt
P6	De samlar information för att tjäna pengar, anses som ofördelaktigt

Respondent P1 trodde att företaget Google registrerade sökningar och sökord samt att de gjorde detta i syfte av att samla statistik (P1, rad 39). Respondenten yttrade sig om att det finns en skillnad på vilka ”googlingar” man skulle göra på jobbet och vad man skulle googla på hemma (P1, rad 39). Respondenten är medveten om att Google sparar information om användningen av tjänsten och vill inte att eventuellt personliga sökningar ska relateras till företaget där sökningen utförs (P1, rad 44-45).

Respondent P2 var medveten om att allting som utförs när man använder sig av Googles tjänster registreras (P2, rad 29). Respondenten hade åsikten om att Google's syfte, med att samla in informationen om sina användare, var att tjäna pengar (P2, rad 19). Respondenten nämnde även att det fanns en känsla av att känna sig utblottad och att ingenting var privat på Internet längre (P2, rad 29). Respondenten yttrade sig även om att det nog inte finns någon människa som vill att all dennes personliga information ska komma ut på Internet, så att allmänheten kan läsa, även om dessa människor inte gör något olagligt eller har något speciellt att dölja. Respondenten menar vidare på att Google inte är de ”onda bovarna” utan menar

snarare på att det är Google som har all information och har därför möjligheten att göra något som inte är fördelaktigt för sina användare (P2, rad 37-40).

P2 anser att problem med Google kan uppstå om de skulle få upp intresset för en specifik användare, exempelvis om användare har ”googlat” på något som Google kan reagera på. Respondenten använder exemplet ”hur man gör en atombomb?” och menar vidare på att det är något som den svarande skulle kunna ”Googla” på, eftersom det skulle kunna vara intressant att läsa om. Detta skulle möjligen Google kunna reagera på och leda till att de kollar upp den specifika användaren mer ingående (P2, rad 38-39). Respondenten säger att detta är en av anledningarna till att användandet av Googles tjänster har blivit mer varsamt och att det sker en extra eftertanke innan man skriver i en privat chatt. (P2, rad 42). Respondenten anser att yttrandefriheten borde gälla på Googles tjänster också (P2, rad 43). Det är inte rättvist att det finns en chans att det som skrivs på Google kan, i framtiden, leda till att en jobbansökan blir nekad (P2, rad 46-47).

Respondent P3 var också medveten om att sökningarna registreras och ansåg att det samlades in i syftet av att Google skulle kunna bli mer konkurrenskraftiga (P2, rad 33). Respondenten anser att riktad reklam kan vara uppskattad av många användare och resulterar i att Google får flera användare till deras tjänst (P3, rad 34).

P4 ansåg att Googles syfte, med att samla in information om sina användare, var av säkerhetsskäl. Respondenten var dock inte medveten om att sökningar som utförs registreras och åsikten om detta var inte medgivande (P4, rad 79).

Respondent P5 var till en början inte medveten om att sökningar registreras när man använder Google men ansåg att detta inte uppskattades av användarna (P5, rad 38). Dock hade inte respondenten någon åsikt om i vilket syfte Google samlade in informationen om sina användare.

P6 antydde att detta inte var en fråga som reflekterades över eller reagerade mycket på. Respondenten ansåg att Google gjorde det i syftet av att tjäna pengar men uttryckte även att detta inte uppskattades (P6, rad 39-40).

4.2.3 Motsägelse

Fråga 4: *Tror du att det finns en skillnad på uttalad personlig integritet och hur folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster? Att personer säger att de borde använda Google på ett sätt men att de sen inte gör det.*

Tabell 4.4 Nyckelord från intervjufråga 4

Intervjuer - nyckelord	
Fråga 4	
Tema: Motsägelse	
Respondant	Nyckelord
P1	Anser att det finns motsägelsefulla åsikter vilket är ett resultat av ovetskap.
P2	Anser att det finns motsägelsefulla åsikter pga. Google är en väsentlighet.
P3	Anser att det finns motsägelsefulla åsikter
P4	Tror inte att majoriteten vet om att Google sparar uppgifter.
P5	Anser att det finns motsägelsefulla åsikter pga. Google är en väsentlighet.
P6	Anser att det finns motsägelsefulla åsikter pga. Google är en väsentlighet.

Respondent P1 ansåg att användaren inte tänker på hur användningen av Googles tjänst sker (P1, rad 59), i det privata hemmet, för en person som inte har något att dölja (P1, rad 63). Respondenten menar vidare på att en användare, som har som syfte att vara anonym, tänker mer på hur användningen av tjänsten sker. Denna anonymitet är antagligen ett resultat av att användaren har något att dölja (P1, rad 62). Respondenten menar vidare på att en viss övervakning från Google kan vara positiv, då det finns en större chans att spåra användare som kan vara farliga för allmänheten (P1, rad 65-66).

Respondent P2 ansåg att övervägande del av Googles användare var motsägelsefulla i frågan om skillnader mellan användning och åsikt (P2, rad 64), men menar samtidigt på att Google är ett för väsentligt verktyg i vår vardag, för att sluta använda (P2, rad 69). Det finns ett stort behov av att använda Googles tjänst, för den givna respondenten, i den bemärkelsen att tjänsten används ofta i arbetsrelaterade syften. (P1, rad 58-59). Mycket av informationen som behövs för att utföra arbetet finns att hämta i Googles tjänst. Samtidigt menar respondenten på att det går att använda andra sökmotorer än Googles, men tror att även de samlar in information om sina användare, på liknande vis (P2, rad 62-63). Respondenten anser sig själv vara motsägelsefull i frågan, detta då respondenten vid upprepade tillfällen har beklagat sig över Googles hantering av personlig information och deras datainsamling, men att respondenten själv inte kan tänka sig att sluta använda sig av tjänsten. (P2, rad 66). Det skulle krävas en bättre lagstiftning för att kunna ändra hur uppsamlingen av personlig information sker på sökmotorer (P2, rad 65). Avslutningsvis menar respondenten på att Googles förändrade tjänst har vuxit fram sakta och anser att användare av Googles tjänst, när den var ny, inte hade valt

att använda tjänsten om utformningen hade varit densamma då, som den är idag (P2, rad 71-72).

Respondent P3 anser att det är dåligt att all information sparas men anser att det inte är någonting som kan påverkas av en användare (P3, rad 38). Respondenten anser att det inte finns någon alternativ tjänst till Google och att de därför har makten (P3, rad 40-41).

Respondent P4 anser att det säkerligen finns en skillnad, mellan användning och åsikt om Googles tjänst, men tror inte att majoriteten av användarna är medvetna om att Google sparar deras personliga information (P4, rad 84-85). Användarna använder det som ett stort bibliotek där all information finns samlad och tänker inte på de möjliga konsekvenserna. Respondenten anser att en avslutad användning av Googles tjänst hade varit omöjlig även om vetskapen om att de sparar personlig information, finns. Det har skett en användning av tjänsten i sju år och ser ingen legitim anledning att sluta (P4, rad 89-90).

P5 anser att många individer förmodligen pratar illa om Google (P5, rad 71) men att en avslutad användning av deras tjänst inte skulle vara en möjlighet eller ett val (P5, rad 72). Om det hade kommit en motsvarighet till Googles söktjänst på marknaden så hade användandet kunnat flyttas till den tjänsten, men annars menar respondenten på att en avslutad användning av Googles tjänst är osannolik (P5, rad 73). Respondenten menar på att användare inte har uppsikt över vad de lägger ut på Googles tjänster och är därför inte medvetna om riskerna samt vad de kan förlora (P5, rad 74).

Respondent P6 anser att det finns en skillnad, mellan användning och åsikt om Googles tjänst (P6, rad 55), samt att individer har många åsikter och tankar inom det valda ämnet. Personligen kommer respondenten inte sluta använda Googles tjänster men antyder på att det är dåligt att Google samlar information om sina användare (P6, rad 56).

4.2.4 Sekretess

Fråga 5: Som många andra företag som hanterar information om personer har även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar förtroendet hos privatpersoner för företaget?

Vilken roll tror du att sekretessinformationen spelar för individer när de vet att den finns där?

Tabell 4.5 Nyckelord från intervjufråga 5

Intervjuer - nyckelord	
Fråga 5	
Tema: Sekretess	
Respondant	Nyckelord
P1	Anser att det ökar förtroendet. Känner sig trygg.
P2	Anser att det inte ökar förtroendet, men att det kan skapa trygghet för andra. Anser att sekretessen finns för att Google ska skydda sig själva.
P3	Anser att det ökar förtroendet. Respondenten har aldrig läst villkoren men accepterar dem.
P4	Var inte medveten om att Google har sekretessinformation. Menar på att andra företag och äldre generationer kan nyttja dem.
P5	Menar på att sekretessinformationen visar att Google är pålitliga men antyder dock att många inte läser dem. Respondenten har inte läst sekretessinformationen.
P6	Respondenten har inte läst Sekretessinformationen, men antyder dock att det ger en trygghet.

Respondent P1 anser att det är positivt att sekretessinformationen finns tillgänglig för användaren (P1, rad 76). Respondenten anser att detta kan stärka förtroendet för webbplatsen samt skapa en trygghet för de som vill använda sig av webbplatsen (P1, rad 79).

Respondent P2 anser att det inte åstadkommer någon specifik skillnad om sekretessinformationen finns tillgänglig eftersom respondenten anser att ingen läser den. Respondenten menar på att det är avtal som man godkänner och att det inte har någon betydelse för användaren vad som står skrivet, då användningen av tjänsten kommer att ske oavsett (P2, rad 78). Respondenten anser även att sekretessinformationen inte är tillgänglig för att skydda individen, utan för att skydda Google som företag (P2, rad 79). Men respondenten menar vidare på att det säkerligen finns någon som känner en trygghet av att sekretessinformationen finns tillgänglig då dessa personer tror att informationen finns där för att skydda dem (P2, rad 81-82). Men anser att detta är mycket individuellt, om det uppfattas som en trygghet eller inte (P2, rad 83).

P3 anser att det ger en trygghet (P3, rad 55), men har inte själv läst sekretessinformationen (P3, rad 49). Respondenten säger att det finns en känsla av att känna sig privat bakom sin dator även om medvetenheten om att vara övervakad finns där (P3, rad 46-47). Respondenten säger även att Googles sekretessinformation är mycket likt alla andra avtal som människor

bara accepterar, utan att egentligen reflektera över vad det står samt vad det innebär (P3, rad 51-52).

Respondent P4 anser att det är positivt att sekretessinformationen finns tillgänglig på Google, men anser att det kanske är mer äldre generationer eller företag som läser informationen (P4, rad 98). Detta eftersom äldre och företag är mer vaksamma och försiktiga med vilka avtal de samtycker med (P4, rad 99).

Respondent P5 anser att Google visar att de är pålitliga genom att ha sekretessinformationen tillgänglig men tror inte att många läser den (P5, rad 79), respondenten har själv inte läst sekretessinformationen. Men anser vidare att det kan ge en sorts trygghet för användaren, i vissa fall (P5, rad 80).

Respondent P6 har inte läst sekretessinformationen på Googles webbplats men tror att det kan ge en trygghet, då det finns tillgängligt på webbplatsen (P6, rad 62). Respondenten menar vidare på att om informationen inte hade funnits där, så hade nog användarna blivit miss-tänksamma (P6, rad 63).

5 Diskussion

Detta avsnitt kommer att vara en tolkning av de fakta som rör området som vi har valt att skriva om, huvudfrågorna kommer att besvaras i slutsatsen. Här kommer det även att tillföras egna reflektioner.

5.1 Förtroende

Nissenbaum (2004) och Zimmer (2008) skriver om kontextuell integritet och precis som många respondenter svarade så känner de en trygghet i att ge ut informationen till Google. Användarna känner denna trygghet då Google är ett stort och väletablerat företag, som inte borde ha dåliga avsikter samt att det inte skulle finnas något värde i informationen. Användarna var villiga att ge ut personlig information även om användarna inte har läst Googles sekretessavtal och att en del av respondenterna inte visste att Google sparade information om dem. Det var endast respondent P2 som yttrade att förtroendet för Google var svagt eftersom respondenten ansåg att det redan finns riktad reklam och att det var ett steg in i dennes privatliv (P3, rad 13). De resterande respondenterna yttrade sig alla om att de hade ett starkt förtroende för Google. Detta menar, enligt teorin, på att respondenter anser att Google har fått deras förtroende genom en bra hantering av deras personliga information.

Att individer känner detta förtroende kan också påverkats av att Google är ett stort företag, vilket inte är revolutionerande, men vi kanske inte borde känna så. Edward Snowden och NSA är ett bra exempel på detta, då NSA precis som Google är väl etablerade och har ett gott rykte. Deras goda rykte och väl etablering stoppade dem inte från att använda sig av olagliga övervakningsmetoder och kränka människors personliga integritet, utan deras vetskap (Here's how we take back the Internet 2014). NSA utnyttjade alltså folkets goda förtroende.

Friktionen uppstår dock när respondenterna får spekulera i varför de litar på Google, då kunde svaren från respondenterna vackla något i frågan. Detta menar respondenterna kan bero på att de inte har reflekterat över vad som händer med den personliga informationen som Google sparar, utan tar för givet att de är privata på Googles tjänster.

Respondent P1 menade alternativt på att den vardagliga användaren är för obetydliga för att Google ska vilja läsa deras mejl och samla information om dem. (P1, rad 31)

Respondenten P3 menade att Google samlade in informationen i syfte av att kunna göra sig mer konkurrenskraftiga (P3, rad 33) vilket också stämmer in på vad både Hong och Thong (2013) samt Wakefield (2013) anser är viktigt, för ett företag som befinner sig i samma bransch som Google. De menar att företag samlar in information om sina användare i det syfte att kunna anpassa sin marknad efter sina användare, som ska resultera i att tjänsten ska bli mer fördelaktigt för användaren. Informationen samlas in på olika sätt: Google sparar information om sina användare men även användaren själva bidrar till insamling av information genom cookies som accepteras av användaren.

Förtroendet för Google började redan byggas upp under slutet av 90-talet då de redan var stora på den svenska marknaden. Företaget har sedan dess etablerat sig i individers dagliga an-

vändande av Internet, både i det privata bruket samt i arbetssyfte. Förtroende byggs inte bara upp under lång tid och under ett väl etablerat företag. Enligt Wang och Emurian (2005) så är det ett flertal egenskaper som måste finnas för att skapa ett starkt förtroende, nämns i teorin.

Då det finns en osäkerhet bland respondenterna men att de ändå är villiga att lämna ut information, visar att Googles tjänster har övervägande fler goda egenskaper. Om Google inte hade haft övervägande behövande egenskaper så hade antagligen inte respondenterna valt att använda sig av tjänsten då riskerna hade varit fler än fördelarna, precis som Metzger(2004) nämner i sin artikel.

Wakefield (2013) nämner att det finns olika sätt för företag att locka användare att använda deras tjänst, de kan använda sig av metoder som uppmuntra kunder till att vilja lämna ut personlig information. I Googles fall så uppmuntras utgivandet av information i den bemärkelsen att Google ska kunna skapa en bättre profil om användaren och göra sin reklam mer anpassad. Detta för att underlätta användningen av tjänsten för användaren.

Precis som det visas i figur 2.2, som hanterar relationen mellan förtroende och personlig integritet, så stämmer detta överens med det som har framkommit i vår undersökning och tyder på att användarna har en positiv inställning till webbplatsen då de är villiga att lämna ut personlig information. Hade användarna haft en mer negativ inställning så hade de lämnat sidan och slutat att använda den.

När vi tittar på ”Privacy – Trust – Behavioral” modellen, figur 2.3, så visar den att; för att ett förtroende ska skapas så krävs det en trygghet i hur webbplatsen hanterar personlig information, genom denna fråga kan vi tydligt se att det finns en relation mellan förtroende och integritet.

Hong och Thong (2013) uttrycker att användarens förväntningar på hur en webbplats skall hantera deras information och vad de egentligen gör, kan skilja sig åt. Men att användaren faktiskt inte nödvändigtvis är bekymrade över hur deras personliga information hanteras. Detta tror vi kan vara en betydande faktor i frågan om varför respondenterna var övervägande omedvetna om hanteringen eller att de inte brydde sig speciellt mycket om vad den personliga informationen användes till. Vi anser att respondenterna inte bryr sig om att information om dem samlas in samt i vilken utsträckning det samlas in.

5.2 Personlig integritet

Personlig information om användare är mycket värdefull för en organisation som Google och skapar en stor strategisk fördel för företaget. Svaren vi fick av respondent P2, P3 och P5 var att de trodde att deras personliga information hanterades i just detta syfte, av Google.

Respondent P2 uttalar sig om att det finns en gräns för vad som är godkänt för Google att använda den personliga informationen till samt vad som skulle vara mindre godkänt (P2, rad 13-16). Samtidigt som respondent P1 var medveten om insamlingen så var inte detta ett oroande moment för respondenten, respondenten brydde sig helt enkelt inte om sin personliga integri-

tet (P1, rad 34-35). Precis som Bylund (2013) skriver så är kanske personlig integritet bara en stolt svensk tradition, utan något vidare högt värde.

Dessa reflektioner som nämns ovan, förenade, anser vi har bidragit till en minskad medvetenhet om hur Google använder personlig information. Det är en blandningen mellan att respondenterna har en känsla av hopplöshet i att påverka och att fördelen med Google är så pass stor att nackdelarna ses mellan fingrarna.

Edward Snowden säger i intervjun ”Here’s how we take back the Internet” (2014) att vi kanske inte har något att dölja och därför bryr vi oss inte. Även om användaren slutar att använda sig av sökmotorn så kommer all den informationen som redan är utlämnad att finnas kvar, man dör aldrig på Internet. Men borde man inte, i alla länder, få vara privat när man väljer att vara det. Dina rättigheter kan komma att spela en stor roll för dig i framtiden och har du redan utlämnat dem så finns det inga kvar. Frågan man kan ställa sig är om inte själv individen borde själv besluta vad som ska finnas kvar och inte, precis som att man raderar historik i webbläsaren, borde då inte användaren kunna rensa sin historik för sökmotorer?

Vi lever i ett demokratiskt land vilket borde betyda att ett så väsentligt verktyg som Google, som har en så stor marknadsandel i Sverige, borde kunna påverkas av användarna och hur de vill att webbplatsen ska kunna fungera. Detta borde även vara någonting som är relevant för Google, då de vill att deras användare ska vara nöjda med deras verktyg och vilja använda det utan att känna sig otrygga.

Genom att ställa frågor om personlig integritet fick vi reda på att några av respondenterna inte var medvetna om att information samlas in om dem och resterande respondenter tvivlade på om Google faktiskt samlade in informationen. Den övergripande delen av respondenterna var dock medvetna om att Google samlar information om dem och respondenterna hade en åsikt om varför Google kunde tänkas göra detta.

Även i frågorna om personlig integritet så fanns det avvikande åsikter från respondenterna och vad de svarade i frågan om insamlingen av information. Här var många av respondenterna, precis som i förgående fråga, negativt inställda till att informationen samlades in även om det var i syfte av att förbättra Googles tjänst för användaren. Respondent P2 reagerade starkt på frågan och nämnde att det hade skett en förändring i hur sökningarna utförs på Google då medvetenheten om insamling av information avskräcker respondenten att söka på specifika saker som kan vara känsliga (P2, rad 42). Även respondenterna P4 och P5 uttryckte att de inte uppskattar insamlingen av information, även om syftet var välmenat av Google. Vilket vidare visar på att svaren på att, även om frågan är menad att besvara i vilket syfte Google samlar information, så var det många av respondenterna som ville påpeka att de inte uppskattar att Google samlar in deras personliga information. Detta kan visa på att Google har ett rykte som gör att användare inte ställer sig positiva till insamlingen även om syftet med det inte är illa menat.

Precis som det framgår i diskussionsstycket ovan så verkar det inte bekymra respondenterna att Google sparar deras information, för att sedan använda den i andra syften; iallafall inte så

mycket att de är villiga att agera mot det. Detta beteende verkar vara, precis som Metzger(2004) uttrycker, att fördelarna med webbplatsen väger tyngre än nackdelarna, för att lämna ut informationen. Eftersom Google är ett så stort företag så har användarna ett starkt förtroende för dem, vilket enligt Swaminathan et al. (1999) och även Metzger (2004), är en stor bidragande faktor till varför användare är mer eller mindre villiga att lämna ur personlig information.

5.3 Motsägelser

Det är viktigt för en organisation att utvecklas och detta gör Google genom insamlingen av personlig information som sedan används i t.ex. annonseringssyfte. Men som Wakefield (2013) skriver så är det samtidigt viktigt att bibehålla kundrelationen som finns mellan en användare och webbplatsen som de besöker. Det finns en spänning mellan företagets behov av personlig information samt en önskan hos användaren att skydda sin personliga information men ändå att använda sig av tjänsten som de önskar.

Denna motsägelse som verkar existerar, mellan användningen av Googles tjänst och vilka åsikter som finns, är en mycket viktig del i uppsatsen då den påvisar att användarna inte är positivt inställda till Googles hantering av personlig information men att en användning av tjänsten fortfarande sker. Som Metzger (2004) menar på så kan fördelarna, med vad en webbplats kan erbjuda, väga över riskerna, med att lämna ut personlig information. En annan viktig aspekt som Harper och Singleton (2001) tar upp är användarens prioriteringar, vilket kan kopplas samman med övervägande av risker. Användaren har helt enkelt prioriterat den tiden som de sparar på att använda sig av Internet och den personliga integriteten är längre ner på prioriteringslistan.

Ett stort företag som Google, som har över 95 % av den svenska marknaden, har nästan blivit som vatten för oss. (Webccertain education Ltd 2012). Vi klarar oss inte utan verktyget även om vi tycker att hanteringen av vår personliga information är felaktig. Övervägande del av respondenterna ansåg att om tjänsten kunde medföra problem så skulle de inte kunna sluta använda sig av tjänsten. Respondent P2, P4, P5 och P6, alltså fler än 65 % av respondenterna, ansåg att antydanden i frågan stämde; Det finns en skillnad mellan den uttalade integriteten samt hur folk verkligen agerar. De fyra respondenterna svarade att de hade pratat illa om Google som företag men ändå anser att de inte skulle sluta använda tjänsten på grund av att det inte finns någon motsvarighet på marknaden.

Respondent P1 och P3 var dock motsägande i frågan, om det fanns en skillnad på uttalad personlig integritet och hur folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster, och menade på att motsägelsen var ett resultat av ovetskap, om insamlingen av information. Respondenterna menade på att folk inte bryr sig tillräckligt mycket om sin personliga integritet för att reagera på om information samlas in om dem samt hur informationen bearbetas. Detta resulterar i att användarna inte kommer att sluta använda sig av tjänsten. En av respondenterna yttrade sig även om att det var, i viss mån, bra med insamling av information om användarna, eftersom att det kunde leda till att brottslingar kunde upptäckas lättare.

Ett företag med så stora marknadsandelar har mycket stor makt över marknaden och därav användarna av deras verktyg. Detta tror vi kan bero, på precis som Metzger(2004) nämner, att fördelarna med att lämna ut personlig information väger tyngre än riskerna. Respondenterna har insett att kunna använda sig av Googles tjänst är en stor fördel som väger tyngre än nackdelen av hur mycket information som samlas in om dem. Precis som Shaker (2006) nämner i sin artikel så finns det en möjlighet till att respondenterna inte reflekterar över vad uppgifterna används till, då de inte har något val. Utan valmöjligheten, att kunna avsäga sig från att lämna ut information på Google, kan förtroendet sänkas. I dagsläget om användarna vill fortsätta att använda tjänsten så har de inget större val än att godkänna att Google samlar in information om dem. Men användarna måste stå upp för vad de tycker om Googles hantering av deras personliga information, om det ska vara en tjänst som nästa generation kommer att vilja använda. Ditt utveckling är på väg idag så anser vi att Google kommer att ha en mycket större makt i framtiden än vad de har i dagsläget och användarna kommer att följa dem.

Dock så skriver även Metzger (2004) att oviljan att lämna ut uppgifter har ökat och detta på grund av bristande förtroende till webbplatsen. Flertalet av respondenterna har till en början uppgett att de litar på Google som webbplats och skulle därför kunna ge ut information till dem, men sedan vacklat och visat upp en motsägande åsikt. Det menar Shaker (2006) kan bero på att trots att det finns känslor av oro eller tvivel, så väger faktorer som snabbhet, lätthet och tillgänglighet mer än den friktion som användaren känner i samband med hanteringen av personlig information.

Denna motsägelse som finns hos individerna, när det gäller användningen av Google, är en viktig faktor i frågan om varför inte användarna tar sitt ansvar. Detta ger bevis på att de vill göra något åt hur Internet ser ut idag, men att de sedan finner sig i hur begränsad deras tillvaro verkligen är på Internet. När denna fråga ställdes till respektive respondent så vacklade deras ståndpunkt i frågan om Googles grad av förtroendeingivelse. Det fanns dock en skillnad mellan svaren från respondenterna i den givna frågan; Fyra respondenter ansåg att det fanns en stark motsägelse och två respondenter menade på att det inte berodde på en motsägelse utan på ovetskap och att användare inte bryr sig om sin personliga integritet.

Utifrån de svaren vi kunde utläsa från intervjuerna så finns det delvis en skillnad mellan den uttalade personliga integriteten samt hur folk verkligen agerar, men denna motsägelse kan även vara ett resultat av ovetskapen om hur informationen samlas in och vad deras personliga integritet egentligen har för betydelse.

Att finna sig i någonting som man egentligen inte med stämmer till är att inte våga stå upp för våra givna rättigheter. Precis som Metzger(2004) menar på i sin artikel så väger fördelarna med Google tyngre än dess nackdelar. Det användarna antagligen inte reflekterar över är vad de långsiktiga resultaten kan bli av att bortse från nackdelarna i en sådan situation där informationen är av stort värde, utgivande av deras personliga information.

Det är ofta den stora aktören som kritiken blir riktad mot, i detta fall är det Google, individen blir det åsidosatta offret med en röst som inte blir hörd och en åsikt som inte tags på allvar. Men är detta en felriktad debatt, mot ett företag i framkant med en enorm utveckling och en

användare som inte bryr sig och som inte tar något ansvar för vad som sker i deras egen tillvaro? Det är alltid lättare att skylla på det stora och onda företaget som bara vill öka deras intäkter och bryr sig inte alls om sina användare, men borde kanske inte fokusera på användarna som faktiskt spelar en stor roll i hur utvecklingen av hur Internet kommer att se ut för nästa generation. Användarnas nästintill obefintliga ansvarstagande, kan ses som en större bidragande aktör i frågan om varför Internet inte längre är privat.

5.4 Sekretess

Respondenterna i vår undersökning hade inte läst sekretessinformationen som finns tillgänglig på Googles webbplats och det borde ligga i användarens intresse att veta vilka rättigheter de har samt vad som gäller när de använder den specifika tjänsten. Respondenterna hade vidare mycket tankar kring hur sekretessfrågor ska hanteras på webbplatser. Enligt Liu et al. (2004) påverkas detta av fyra faktorer: Notis, tillgång, valmöjlighet samt säkerhet. Dessa beskrivs mer ingående i teorin. Dessa faktorer ska ge en heltäckande bild över hur webbplatser kan visa sina användare hur informationen hanteras. Wakefield (2004) nämner hur viktigt det är att webbplatsen har en heltäckande integritetspolicy samt ett förtroendeingivande rykte. Genom att Google har sin sekretessinformation tillgänglig, så att alla deras användare kan läsa den, så borde detta stärka förtroendet bland användarna.

Alla respondenter förutom P2 anser att sekretessinformationen kan leda till att användare känner en viss trygghet till Googles hantering av deras personliga information. Respondent P6 uttrycker även en intressant åsikt; om informationen inte funnits tillgänglig, då hade användare förmodligen blivit misstänksamma och känt sig otrygga. Detta visar på att sekretessinformation inger en sorts trygghet, bara av att finnas tillgänglig. Även om användare väljer att inte läsa den.

Dock så uttryckte respondent P2 sig motsägande till att sekretessinformationen skulle ge en trygghet för användaren och menar på att det är skrivet för att Google ska avsäga sig från eventuella stämningar och problem med lagen. Som respondent P2 vidare säger så kommer användningen av Googles tjänster inte att avslutas, trots invändningar om deras webbplats.

Eftersom fem av sex respondenter (motsvarande 85 %) ansåg att förtroendet stärktes med tillgänglig sekretessinformation kan vi utläsa att relationen mellan förtroende och personlig integritet stämmer och att det vidare påverkas av hur väl företag har sin sekretessinformation tillgänglig även om många av deras användare inte läser den.

Det står i Googles sekretessregler vilka skyldigheter de har gentemot användaren samt vilka regler och lagar som gäller, men då användarna ofta inte läser sekretessinformationen, så vet de inte vad som gäller. De har alltid använt Google och det känns som ett stort och pålitligt företag, det är det svaret som vi fick från de flesta av respondenterna om varför de inte läste sekretessinformationen. Att Google har sin sekretessinformation tillgänglig ska stärka förtroendet och vidare uppfattas som en positiv funktion, som ska leda till att användare känner sig mer trygga. Men en tydlig sekretessinformation som Google har så ska detta resultera i, enligt Wakefield (2013), att förtroendet stärks för webbplatsen och därmed stärka relationen mellan

förtroende och integritet. Joinson et al. (2008) anser att det är viktigt, för användare att veta, att information som lämnas ut används på ett lämpligt sätt. Det som Joinson et al. (2008) anser på innebär att webbplatser genom detta kan få ett starkare förtroende från sina användare.

Användare av Internet och sökmotorer är inte medvetna om vilken information de lämnar ut samt till vilka personer eller företag. Vi kan utläsa från intervjuerna att en del av respondenterna inte visste att Google samlade information om deras användande, utvecklingen har skett lite i det tysta och de vardagliga användarna är inte uppdaterade. Trots att sekretessinformationen finns på Googles webbplats så var alltså inte respondenterna medvetna om hur deras information hanteras.

6 Slutsatser

Under våra intervjuer, där vi har undersökt den personliga integritetens uppfattning samt om det finns en motsägelse hos användarna, så har det uppkommit en del intressanta likheter samt skillnader. Efter att ha applicerat resultaten från intervjuerna med vårt teoretiska ramverk så kom vi fram till några specifikt intressanta slutsatser. För att få en bättre överblick av de båda huvudfrågornas svar så har vi delat upp slutsatsen utefter de båda frågorna.

6.1 Hur uppfattas den personliga integriteten vid stor datafångst?

Av undersökningen som utförts så framkommer det att användare av Googles tjänst är villiga att lämna ut personlig information för att kunna bruka tjänsten. Utifrån teorin så kan vi konstatera att detta beror på att Google har byggt upp en tjänst för sina användare som de omöjligt kan sluta använda, då det sparar dem både tid och pengar. Denna relation har byggts upp av väl valda byggstenar som vi visar i vårt teoretiska ramverk, Tabell 2.1, samt i teorin. Det kan utläsas en viss oro men den dämpas med att användningen av tjänsten är så pass fördelaktigt.

Den personliga integriteten uppfattas som en privat sfär som användarna är villiga att ge upp under grunderna att ett avslutat användande av tjänsten är oundvikligt.

6.2 Finns det en motsägelse hos individen vid användning samt agerande gällande stor datafångst?

Sammantaget har undersökningen visar några viktiga aspekter av den motsägelse som finns hos individen vid användning samt agerande gällande stor datafångst. Denna fråga hänger starkt ihop med den första huvudfrågan.

Behovet av användning av tjänsten väger betydligt mycket tyngre än oron över att användarnas personliga integritet blir kränkt. Det finns alltså en motsägelse hos individen som använder sig av Googles tjänster, detta då användaren inte kan sluta använda sig av tjänsten men ändå känner en viss ovilja av att lämna ut personlig information. Det slutgiltiga svaret på frågan, om det finns en motsägelse hos individen vid användning samt agerande gällande stor datafångst, är ja. Det finns en stor motsägelse hos användarna.

7 Vidare studier

För att besvara våra huvudfrågor har vi utgått från specifika teorier i vårt ramverk, tabell 1, vilket i sin tur undersökningen har förklarats utifrån. Det finns en möjlighet att användning av annan teori kan ge alternativa förklaringar och andra synvinklar. Vi har valt att undersöka utifrån en kvalitativ undersökning i en liten skala vilket gör det svårt att generalisera resultaten. Vi har endast titta på hur individer ser på personlig integritet i en specifik kontext, detta kan undersökas vidare i andra kontext för att kunna hitta möjliga olikheter. En vidare studie kan också se hur resultaten påverkas av att respondenterna kanske är i ett äldre åldersspann eller andra kriterier. Det finns många andra faktorer som kan undersökas och forskas vidare på inom det valda ämnet då vi endast har valt en liten del.

Hur en webbplats skulle kunna utformas för att användaren ska kunna känna sig trygg och ha tillförlit till att lämna ut information är en intressant synvinkel.

Bilaga 1: Transkribering P1

Medverkande: Respondent P1, Jennifer Johansson, Lovisa Nordenskiöld

- 1 **Jennifer Johansson:** Jag skulle vilja ställa lite frågor om ditt användande och hur du ser på
- 2 Google om det är okej?
- 3 **Respondent P1:** Ja det är det väl.
- 4 **Jennifer Johansson:** Hur gammal är du?
- 5 **Respondent P1:** 25
- 6 **Jennifer Johansson:** Vad jobbar du med?
- 7 **Respondent P1:** Jag jobbar på ett IT-företag i Stockholm.
- 8 **Jennifer Johansson:** Hur ofta använder du Google?
- 9 **Respondent P1:** Varje dag typ.
- 10 **Jennifer Johansson:** Alltså skulle du säga att du är en van Google användare?
- 11 **Respondent P1:** Ja det tycker jag absolut.
- 12 **Jennifer Johansson:** Använder du det i jobbet också?
- 13 **Respondent P1:** Ja det måste jag, måste ju leta information som är relevant för jobbet, söker
- 14 på många programmeringslösningar på Google. De har ju nästan svar på allt.
- 15 **Jennifer Johansson:** Har du ett förtroende för att Google hanterar din personliga information,
- 16 så som personuppgifter, sökord, Google-Docs och mail på ett rättfärdigt sätt?
- 17 **Respondent P1:** Hur menar du då?
- 18 **Jennifer Johansson:** Exempelvis om du använder din Gmail, anser du då att Google respek-
- 19 terar din personliga integritet genom att inte läsa dina mail?
- 20 **Respondent P1:** Ja, jag litar på att de inte gör det. Jag bryr mig inte så mkt om, de kan ju läsa
- 21 mina mail men jag har inget privat där. De kan läsa det men jag har ju inget speciellt där.
- 22 **Jennifer Johansson:** Hur hade du känt om du visste att de gjorde det då?
- 23 **Respondent P1:** Jag tror inte att de läser mina mail. Jag vet att de kan men jag tror inte att de
- 24 gör det. Känns ju tråkigt att ett så stort företag skulle utnyttja sin makt på det sättet men man
- 25 skulle inte kunna göra så mycket åt det känns det som, men jag tror att vanliga användare är
- 26 rätt obetydliga för Google, vi har väl ingen information som de vill ha? Känns konstigt att
- 27 man ens ska behöva diskutera.

- 28 **Jennifer Johansson:** På vilket sätt känns det konstigt att diskutera?
- 29 **Respondent P1:** Internet har alltid varit fritt och borde fortsätta vara det.
- 30 **Jennifer Johansson:** Exakt vad tror du att Google använder din personliga information till?
- 31 Så som personuppgifter, sökord, Google-docs och mail.
- 32 **Respondent P1:** Jag har ingen aning, jag reagerar inte så mycket på det faktiskt.
- 33 **Jennifer Johansson:** Varför inte?
- 34 **Respondent P1:** Jag har inget intresse av att veta vad de använder det till helt enkelt alltså har
- 35 jag aldrig reflekterat över det.
- 36 **Jennifer Johansson:** Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registreras
- 37 av företaget Google?
- 38 **Respondent P1:** Ja det gör de, det vet jag.
- 39 **Jennifer Johansson:** I vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter?
- 40 **Respondent P1:** Jag antar att de kanske kan samla statistik om sina användare typ. Men an-
- 41 nars vet jag inte vad de skulle ha för syfte att samla in uppgifterna.
- 42 **Jennifer Johansson:** Hur ser du på att även sökningar och sökord som kan vara mer privata
- 43 samlas in av företaget Google?
- 44 **Respondent P1:** På jobbet tänker jag lite mer på det men hemma googlar jag på allt, men det
- 45 känns väl okej, de får väl samla in det de vill göra. Jag använder ju deras tjänst så då får de
- 46 samla in det de vill annars får jag ju sluta använda deras tjänst.
- 47 **Jennifer Johansson:** Tror du att du hade kunnat sluta använda Google då?
- 48 **Respondent P1:** Nej inte som det ser ut just nu, men jag menar att man borde inte klaga så
- 49 mycket isåfall kan man bara skita i att använda det istället.
- 50 **Jennifer Johansson:** Tycker du att många klagar då?
- 51 **Respondent P1:** Nej men det skrivs ju en del i tidningar och sånt om det. Och när något sånt
- 52 kommer upp så klagar folk mycket på Google.
- 53 **Jennifer Johansson:** Det passar ju bra in till min nästa fråga.
- 54 **Respondent P1:** Jasså?
- 55 **Jennifer Johansson:** Ja för min nästa fråga är om du tror att det finns en skillnad på uttalad
- 56 personlig integritet och hur folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster?
- 57 **Respondent P1:** Kan du utveckla den frågan lite mer?

- 58 **Jennifer Johnsson:** Självklart, jag menar att personer säger att de borde använda Google på
59 ett annat sätt men inte gör det.
- 60 **Respondent P1:** Jag tror inte att folk tänker så mkt.
- 61 **Jennifer Johansson:** Men du sa ju innan att folk klagade?
- 62 **Respondent P1:** Ja klart min åsikt är ju sluta klaga och gör något åt det, men jag tror inte att
63 andra tänker så. Kanske om man vill vara anonym så tror jag man tänker på det men om man
64 inte har något att ”dölja” så tror jag inte att folk tänker på det lika mycket.
- 65 **Jennifer Johansson:** Hur tänker du då?
- 66 **Respondent P1:** Jag kan tycka det är lite bra med övervakning men det kan bli extremt vissa
67 personer är farliga för allmänheten jag kan tycka att de är inget fel med att kolla upp dem.
- 68 **Jennifer Johansson:** Men hur ska man veta vilka som är farliga då?
- 69 **Respondent P1:** Tror ändå att staten har lite koll på de personerna.
- 70 **Jennifer Johansson:** Okej om vi går vidare med nästa fråga?
- 71 **Respondent P1:** Absolut.
- 72 **Jennifer Johansson:** Som många andra företag som hanterar information om personer har
73 även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar för-
74 troendet hos privatpersoner för företaget?
- 75 Och vilken roll tror du att sekretessinformationen spelar för individer när de vet att de finns
76 där?
- 77 **Respondent P1:** Jag tycker att det är bra att informationen finns där så vill folk läsa om det så
78 finns det där.
- 79 **Jennifer Johansson:** Tror du att det kan påverka då?
- 80 **Respondent P1:** Jag tror att det kan öka förtroendet hos personer. Jag tror att det kan vara en
81 trygghet för personer som ska använda hemsidan.
- 82 **Jennifer Johansson:** Det var alla mina frågor, någon sista kommentar?
- 83 **Respondent P1:** Nej inte direkt, kul ämne att diskutera men det känns som det är väldigt stort
84 med väldigt många faktorer som påverkar. Svårt att bara vara rak och säga Google är skit,
85 måste sluta använda det.

Bilaga 2: Transkribering P2

Medverkande: Respondent P2, Jennifer Johansson, Lovisa Nordenskiöld

- 1 **Jennifer Johansson:** Hur gammal är du?
- 2 **Respondent P2:** Jag är 25 år.
- 3 **Jennifer Johansson:** Hur ofta använder du Google?
- 4 **Respondent P2:** Varje dag typ, när jag kan eller ska hitta något på Internet.
- 5 **Jennifer Johansson:** Använder du det på jobbet?
- 6 **Respondent P2:** När jag sitter på basen gör jag, annars får jag inte använda det i jobbet.
- 7 **Jennifer Johansson:** Okej då kör jag igång med den första frågan här.
- 8 **Respondent P2:** Go for it.
- 9 **Jennifer Johansson:** Har du ett förtroende för att Google hanterar din personliga information,
10 så som personuppgifter, sökord, Google-docs och mail på ett rättfärdigt sätt? Exempelvis om
11 du använder din Gmail, anser du då att Google respekterar din personliga integritet genom att
12 inte läsa dina mail?
- 13 **Respondent P2:** Jag litar på att de inte läser mina mail. Men nej jag litar inte på dem, det
14 finns ju riktad reklam där de samlar in information om mig. Det gillar inte jag och på det sättet
15 anser jag att de inte respekterar integriteten. Jag har inget förtroende för dem för de har
16 inte visat att de respekterar min integritet.
- 17 **Jennifer Johansson:** Exakt vad tror du att Google använder din personliga information till,
18 t.ex. personuppgifter, sökord, Google-docs och mail.
- 19 **Respondent P2:** De använder det för reklam och tjäna pengar, genom att ha riktad reklam till
20 mig.
- 21 **Jennifer Johansson:** Hur känner du inför det då?
- 22 **Respondent P2:** Hoppas att de inte använder mina uppgifter på något sånt men tänk om de
23 skulle användas det känns ju inte helt bra.
- 24 **Jennifer Johansson:** Varför inte?
- 25 **Respondent P2:** Nej men man får en obehagskänsla av att de kollar upp en.

26 **Jennifer Johansson:** Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registreras
27 av företaget Google? I vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter? Hur ser du på
28 att även sökningar och sökord som kan vara mer privata samlas in av företaget Google?

29 **Respondent P2:** Ja jag tror att allt registreras. Det känns inte alls bra, man är utblottad ingen-
30 ting är privat längre.

31 **Jennifer Johansson:** På vilket sätt tror du folk känner sig utblottade?

32 **Respondent P2:** Det är ju inte någon som vill att all ens information ska komma ut. Och det
33 behöver inte vara något olagligt, det kan ju vara vad som, som jag inte vill att andra ska veta.
34 Hade varit kul att se en fil om sig själv och se vad man har där.

35 **Jennifer Johansson:** Tror du verkligen det hade varit så kul?

36 **Respondent P2:** Antagligen inte, de måste börja sälja förtroende igen jag tror inte att de har
37 någon. Men jag tror inte att de är de onda bovorna men det är de som sitter på all information.
38 Problemet är ju om man skulle bli jagad eller något. Alla har ju googlat på typ hur man gör en
39 atombomb, det är intressant men det kanske flaggas rött så man får någon som kollar upp en.
40 Man har ju inte gjort nått fel men de kollar upp en.

41 **Jennifer Johansson:** Tänker du mer på vad du Googlar på nu då?

42 **Respondent P2:** Jag har blivit mer rädd för att söka på vissa saker, eller saker man snackar
43 om på Internet typ om man uttalar sig om regeringen. Yttrandefriheten ska man ju kunna säga
44 vad man vill och kunna ha privat.

45 **Jennifer Johansson:** På vilket sätt tror du att det kan påverka?

46 **Respondent P2:** Tänk om man skriver en dum sak sen döms man för det i framtiden när man
47 ska söka jobb eller något sånt.

48 **Jennifer Johansson:** Skulle någon någonsin få jobb då? Alla har ju skrivit dumma saker nå-
49 gon gång.

50 **Respondent P2:** Nej det känns ju skönt i så fall, men som i mitt yrke måste vi vara väldigt
51 försiktiga med vad som sägs och skrivs, kanske mer än vad andra måste så därför känns det
52 kanske mer som ett problem för mig.

53 **Jennifer Johansson:** Tror du att det finns en skillnad på uttalad personlig integritet och hur
54 folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster? Att personer säger att de borde an-
55 vända Google på ett annat sätt men inte gör det.

56 **Respondent P2:** Ja alla är ju lite hycklare, men det är inte så lätt att bara sluta använda det.
57 Det finns ju andra än Google. Alla samlar ju in uppgifter. Men det är inte så lätt, det är en stor
58 del av ditt liv. Man kollar ju upp allt. Vet inte hur det hade gått utan Internet. Mycket av mitt
59 jobb är ju på Internet med information.

60 **Jennifer Johansson:** Men du sa innan att du inte fick använda det så mycket i tjänsten?

61 **Respondent P2:** Nej inte när jag aktivt jobbar men när jag sitter på bus eller hemma och mås-
62 te ta reda på nått så finns nästan all information som jag behöver på Internet. Det går i och för
63 sig att använda en annan sökmotor, men de gör väl samma sak.

64 **Jennifer Johansson:** Men för att gå tillbaka till frågan, tror du att det finns en skillnad?

65 **Respondent P2:** Ja men som jag sa, folk är ju lite hycklare men samtidigt ja visst folk kanske
66 är hycklare men de måste ju ändå använda det. Bättre lagstiftning kanske krävs. Men jag sä-
67 ger att det är förjävligt men jag använder det ändå. Men jag gör ingenting för att göra det bätt-
68 re.

69 **Jennifer Johansson:** Varför inte?

70 **Respondent P2:** Det är svårt, stor del av ens liv. Vad finns det att göra? Jag tror att Google
71 har sålt in sig bit för bit, om man fått reda på allt man vet idag om vad Google gör från första
72 början när Google skapats så hade man blivit chokad. Men man har successivt vant sig vid
73 ändringarna och därför känns det inte lika farligt. Men när man börjar tänka efter så känns det
74 inte alls bra.

75 **Jennifer Johansson:** Som många andra företag som hanterar information om personer har
76 även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar för-
77 troendet hos privatpersoner för företaget? Och vilken roll tror du att sekretessinformationen
78 spelar för individer när de vet att de finns där?

79 **Respondent P2:** Nej för ingen läser den, det är ju som alla acceptansavtalen man bara god-
80 känner. Betyder inget alls, det är ju advokater som skriver det för att de ska "safe'a". Jag kan
81 inte lagen och fattar inte vad de betyder. Skrivet för att skydda företag så nej inget förtroende
82 alls. Det beror ju på om man vet vad det innebär, men jag tror att folk kan uppfatta det som en
83 trygghet. Om man skriver "vi är bäst" så är det ju någon som tror på det. Vanlig propaganda.
84 Väldigt individuellt.

85 **Jennifer Johansson:** Tack för att du tog dig tid att svara på frågorna, har du någon sista
86 kommentar om ämnet?

87 **Respondent P2:** Jag tycker att detta är ett ämne som borde diskuteras mera eftersom det
88 känns som folk ändå är relativt ovetande om hur deras uppgifter behandlas. Även om alla tän-
89 ker efter en extra gång så tror jag att de skulle kunna inse varför detta är ett problem men folk
90 är för bekväma för att orka lägga ner tankekraft på det. Jag själv borde tänka lite mer på hur
91 jag använder Google och hur det kan påverka mig i framtiden exempelvis.

Bilaga 3: Transkribering P3

Medverkande: Respondent P3, Jennifer Johansson, Lovisa Nordenskiöld

- 1 **Jennifer Johansson:** Är det okej att jag ställer lite frågor om Google till dig?
- 2 **Respondent P3:** Jadå det är det väl.
- 3 **Jennifer Johansson:** Hur gammal är du?
- 4 **Respondent P3:** Jag är 21.
- 5 **Jennifer Johansson:** Vad jobbar du med?
- 6 **Respondent P3:** Jag studerar just nu.
- 7 **Jennifer Johansson:** Hur ofta använder du Googles tjänster?
- 8 **Respondent P3:** Varje dag typ, har ju en Gmail och googlar väldigt mycket när jag behöver
- 9 ta reda på saker till studierna eller privat.
- 10 **Jennifer Johansson:** Har du ett förtroende för att Google hanterar din personliga informa-
- 11 tion, så som personuppgifter, sökord, Google-Docs och mail på ett rättfärdigt sätt? Exempel-
- 12 vis om du använder din Gmail, tror du då att Google respekterar din personliga integritet ge-
- 13 nom att inte läsa dina mail?
- 14 **Respondent P3:** Ja, jag känner väl att de inte gör något speciellt, det är väl mest att de sparar
- 15 alla ens uppgifter och kommer ihåg det.
- 16 **Jennifer Johansson:** Och vad tycker du om det?
- 17 **Respondent P3:** Om man vill dölja någonting så är det inte så bra. Men nej jag tror inte att de
- 18 skulle läsa mina mail exempelvis.
- 19 **Jennifer Johansson:** Varför tror du de?
- 20 **Respondent P3:** Känns som att jag inte är en person som de skulle ha koll på och leta efter.
- 21 **Jennifer Johansson:** Exakt vad tror du att Google använder din personliga information till?
- 22 Då menar jag tex. personuppgifter, sökord, Google-Docs och mail.
- 23 **Respondent P3:** Jag typ de skriver väl in allt jag söker på och sparar det för att sälja in det.
- 24 Typ om jag gillar katter så blir det mer sökresultat på katter. Sen om jag gör något brott så har
- 25 de alla mina kontakter och vet vem jag är eller vad jag gör.
- 26 **Jennifer Johansson:** Hur ser du på det då?

27 **Respondent P3:** Alltså jag tror inte att det påverkar mig, reklam om saker jag ofta söker på är
28 ju bra, har hittat hemsidor via det som jag gillat. Brottsgrejen kommer ju inte påverka mig om
29 jag inte göt något dumt.

30 **Jennifer Johansson:** Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registreras
31 av företaget Google? I vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter? Hur ser du på
32 att även sökningar och sökord som kan vara mer privata samlas in av företaget Google?

33 **Respondent P3:** Ja det tror jag, de samlar väl in dem för att bli konkurrensfördelaktiga. De
34 har ju allt samlat och kan rikta reklam som kan vara bra för användaren.

35 **Jennifer Johansson:** Tror du att det finns en skillnad på uttalad personlig integritet och hur
36 folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster? Att personer säger att de borde an-
37 vända Google på ett annat sätt men inte gör det.

38 **Respondent P3:** Ja, de tycker väl att de är förjävligt att allt sparas och inget vi kan påverka.

39 **Jennifer Johansson:** Varför det?

40 **Respondent P3:** Google är så stort så jag vet inte alls vad man skulle använda istället så det
41 känns som Google vinner i alla fall.

42 **Jennifer Johansson:** Som många andra företag som hanterar information om personer har
43 även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar för-
44 troendet hos privatpersoner för företaget? Och vilken roll tror du att sekretessinformationen
45 spelar för individer när de vet att de finns där?

46 **Respondent P3:** Ja det kanske det gör, men jag själv kollar inte på de. Det känns som man
47 känner sig säker bakom sin egen dator men man är ju inte det.

48 **Jennifer Johansson:** Har du någonsin kollat på vad som finns i Googles sekretess?

49 **Respondent P3:** Nej jag har aldrig läst den informationen det är samma som när man ska
50 acceptera villkor, det läser man aldrig. Jag tror att Facebook har att man sak accepterat villkor
51 och de får spara alla bilder. Sen när man ska ta bort det så går det inte och då kan man inte
52 göra något åt det för man har accepterat det.

53 **Jennifer Johansson:** Tror du att det ändå kan skapa trygghet för vissa eller det är bara onö-
54 digt att ha där?

55 **Respondent P3:** Jag tror att det ger en trygghet ändå att det finns där.

56 **Jennifer Johansson:** Tack för att du ställde upp, någon sista kommentar?

57 **Respondent P3:** Nej inte mer än att men inte tänker på dessa saker speciellt mycket, man
58 kanske borde tänka lite mer.

Bilaga 4: Transkribering P4

Medverkande: Respondent P4, Lovisa Nordenskiöld, Jennifer Johansson

- 1 **Lovisa Nordenskiöld:** Hur ofta använder du Google?
- 2 **Respondent P4:** Varje dag, säkerligen minst 50 gånger om dagen kan jag säga.
- 3 **Lovisa Nordenskiöld:** reflekterar du någonsin var du söker på?
- 4 **Respondent P4:** Jag går bara wild alltså, jag googlar allt. Det finns ingenting som jag inte
5 skulle Googla på.
- 6 **Lovisa Nordenskiöld:** Har du ett förtroende för att Google hanterar dina privata uppgifter,
7 t.ex. personuppgifter, sökord, dokument i docs och mail på ett rättfärdigt sätt? Exempelvis om
8 du använder din gmail, anser du då att Google respekterar din privata integritet genom att inte
9 läsa dina mail?
- 10 **Respondent P4:** Ja, det tror jag.
- 11 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför tror du det? Utveckla.
- 12 **Respondent P4:** Varför skulle dem inte göra de? Det är ett jävligt stort företag så jag tror inte
13 att dem skulle sitta och läsa igenom mina mejl. Det känns som ett stort och pålitligt företag.
- 14 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför känns dem pålitliga?
- 15 **Respondent P4:** Jag vet inte, i och med att det är ett stort och väletablerat företag så tror jag
16 inte att dem skulle riskera att förstöra det ryktet som dem byggt upp genom att läsa privat per-
17 soners mejl.
- 18 **Lovisa Nordenskiöld:** Vad tror du att Google använder dina privata uppgifter till? Då menar
19 jag t.ex. personuppgifter, sökord, dokument i docs och mail.
- 20 **Respondent P4:** Använder? Jag visste inte ens att de sparade de? Mejlen vet man ju i och
21 med att det ligger på Gmail på deras server, men det andra visste jag inte.
- 22 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför tror du att de sparar de?
- 23 **Respondent P4:** Kanske av säkerhetsskäl, ifall att någon har Googlat ”How to make a bomb”
24 så smäller det sen någon dag senare så kanske dem kan hitta vem det är.
- 25 **Lovisa Nordenskiöld:** Så du tror att det är i säkerhetssyfte?
- 26 **Respondent P4:** Ja bland annat.

27 **Lovisa Nordenskiöld:** Hur känner du inför att Google sparar information om dig?

28 **Respondent P4:** Jag är ju såhär att jag gillar ju egentligen inte sånt där jag gillar ju att ha kon-
29 troll över vad som finns och inte finns. Jag tycker att det blir lite Nordkorea-feeling över det
30 hela. Det blir ju de just på grund av att det är ju inte direkt att de har gått ut och varit mega
31 tydliga med de, att ”vi reggar allt du gör”. Utan det är mega litet och då blir de, aj fan nej jag
32 gillar inte de alltså. Det blir som jag sa Nordkorea-feeling att dem ska hålla koll på vad du gör
33 och vad du inte gör och sen ska dem försöka ja som du säger använda det genom att optimera
34 reklam mot mig och massa såna saker. När man är äldre så är det sin sak än när man är så
35 gammal som vi är men tänk 16 åringar och sånt som inte vet och som inte styr över de och
36 som blir betydligt mer påverkade av marknadsföring och då tycker jag att nä, nä jag tycker
37 inte att det är bra. Jag gillar inte de. Tillviss del men jag tycker inte att dem ska ha rättigheter
38 att samla in informationen utan att fråga individen först. Hade man fått den frågan och att man
39 själv hade haft alternativ att göra det valet, då hade jag tyckt att det var okey och förmodligen
40 hade jag också klickat ja, ni får! Men jag vill ändå ha kontrollen över de.

41 **Lovisa Nordenskiöld:** Men du hade ändå sagt att de fick samla information om dig?

42 **Respondent P4:** Ja jag tror att jag hade gjort de. För att jag hade sett fördelarna med de, tror
43 jag.

44 **Lovisa Nordenskiöld:** Vilka fördelar är de?

45 **Respondent P4:** Jag tänker väl just det att fördelarna är att om jag söker en viss sak så vet jag
46 att det är mot mig så i det fallet är det bra för då väljer jag ju själv att leta efter någonting och
47 då hjälper bara Google mig att leta efter det jag söker lättare medans i reklamsyfte att de tror
48 att de ska visa rätt reklam för mig tycker jag inte är bra, så det finns lite för och nackdelar.

49 **Lovisa Nordenskiöld:** Anser du att du är privat på Internet och när du surfar?

50 **Respondent P4:** jaja då anser jag att jag är privat ju, eller jag hoppas att jag är de i alla fall.
51 Men man kan ju aldrig vara säker ju. Men man hoppas ju ändå det på något sätt eftersom det
52 är ju ändå ens information och det finns ett lösenord som du ska ta dig förbi, jo jag anser ändå
53 att jag är privat.

54 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att du har några rättigheter?

55 **Respondent P4:** Det har jag förmodligen inte ett skit, jag tror fan knappt det. Man har ju klart
56 rättigheter att man inte får kränka andra osv. Jag har inte en tillräckligt stor röst för att göra
57 något åt det ändå. Sen är det nog så pass nytt att de vet kanske inte riktigt själva hur de ska
58 göra, tror jag.

59 **Lovisa Nordenskiöld:** Har du vetat om det innan att de samlar information om sina användare?
60

61 **Respondent P4:** Nej, jag har nog bara trott att tex på Facebook så anpassar de bara mina an-
62 nonser efter vad jag gillar på just Facebook och vad jag går in på där. På det planet är det helt
63 okey.

64 **Lovisa Nordenskiöld:** Så det är okey om det håller sig inom den sidan du är inne på?

65 **Respondent P4:** Ja för då är det ju faktiskt på riktigt relevant för just Google, eftersom jag
66 använder Google i alla syften så blir de inte så relevant.

67 **Lovisa Nordenskiöld:** Hade du kunnat sluta använda Google?

68 **Respondent P4:** Nej, inte en chans alltså.

69 **Lovisa Nordenskiöld:** Om det hade kommit en tjänst som inte hade sparat någonting?

70 **Respondent P4:** Ja då hade jag lätt bytt om den hade varit lika optimal som Google är och
71 fått samma träffar som Google kan ge dig, men det är frågan om dem hade blivit lika bra.

72 **Lovisa Nordenskiöld:** Det kanske hade blivit mer generellt?

73 **Respondent P4:** Men då hade man bara fått lära sig att optimera sina sökningar. Att man mer
74 använder rätt och meningar när man söker.

75 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registre-
76 ras av företaget Google? Isåfall i vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter? Hur
77 ser du på att även sökningar och sökord som kan vara mer privata samlas in av företaget Go-
78 oogle?

79 **Respondent P4:** Nej det visste jag inte och jag tror att det är i säkerhetssyfte. Men det är väl
80 inte så kul att de gör de.

81 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att det finns en skillnad på uttalad privat integritet och hur
82 folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster? Att personer säger att de borde an-
83 vända Google på ett sätt men att de sen inte gör det.

84 **Respondent P4:** Nej, det finns det säkert men jag tror inte att majoriteten vet att google spa-
85 rar deras uppgifter. Utan dem använder det för att det är en stor sökmotor som alla andra an-
86 vänder. Jag hade nog inte kunnat sluta använda det för att jag vet att dem samlar informatio-
87 nen, jag skiter i vilket.

88 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför bryr du dig inte, det är ju ändå din personliga integritet?

89 **Respondent P4:** Jag har använt det i 7 år utan att veta om det och utan att bry mig, varför
90 skulle jag bry mig nu?

91 **Lovisa Nordenskiöld:** Som många andra företag som hanterar information om personer
92 har även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar

93 förtroendet hos privatpersoner för företaget? Vilken roll tror du att sekretessinformationen
94 spelar för individer när de vet att den finns där?

95 **Respondent P4:** Jag visste inte om att dem hade sekretessinformation.

96 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att det spelar någon roll att dem har de?

97 **Respondent P4:** Det finns ju säkert folk som tycker att det är bra att dem har de, de som är
98 lite nojiga med vad dem gör och skriver på nätet men jag tror att det är mer äldre generationer
99 faktiskt. Det kanske är mer företag som läser de och som är lite mer försiktiga.

100 **Lovisa Nordenskiöld:** Har du någon annan uppfattning om ämnet? Någonting annat som jag
101 inte har frågat eller som du har tänkt på?

102 **Respondent P4:** Nä inte vad jag kommer på?

103 **Lovisa Nordenskiöld:** vad är det slutgiltiga du anser om detta?

104 **Respondent P4:** I vissa avseenden bra men i andra avseenden mindre bra. Beroende på om
105 det är reklam eller sökoptimering. Google känns lite som Ryssland, man klarar sig inte utan
106 dem men man vill inte ha med dem att göra. Jag hade aldrig klarat mig utan Google alltså.

Bilaga 5: Transkribering P5

Medverkande: Respondent P5, Lovisa Nordenskiöld, Jennifer Johansson

- 1 **Lovisa Nordenskiöld:** Hur ofta använder du Google skulle du säga, är det frekvent?
- 2 **Respondent P5:** Det är i princip varje dag, varje gång jag startar datorn.
- 3 **Lovisa Nordenskiöld:** Reflekterar du någonsin över dina sökningar?
- 4 **Respondent P5:** Nä, jag tänker inte på vad jag söker på egentligen.
- 5 **Lovisa Nordenskiöld:** Så det finns ingenting som du tänker att ”de kanske jag inte ska söka
- 6 på?”
- 7 **Respondent P5:** Jo de gör jag, jag tänker på vilken datorn jag söker på. Söker jag på jobbdato-
- 8 rn så söker jag inte på vad som helst.
- 9 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför?
- 10 **Respondent P5:** För att jag inte vill att det ska spåras tillbaka till vad jag söker på för saker.
- 11 Man vill ju ha lite privacy även om jag inte söker på någonting ”hemligt” så att säga.
- 12 **Lovisa Nordenskiöld:** Har du ett förtroende för att Google hanterar dina privata uppgifter,
- 13 t.ex. personuppgifter, sökord, dokument i docs och mail på ett rättfärdigt sätt?
- 14 **Respondent P5:** Hur menar du då?
- 15 **Lovisa Nordenskiöld:** Exempelvis om du använder din gmail, anser du då att Google respek-
- 16 terar din privata integritet genom att inte läsa dina mail?
- 17 **Respondent P5:** Ja det hoppas jag att de gör i alla fall? Men jag tror ändå att de har någon
- 18 sorts koll på vad som händer på deras tjänst. Jag har inte tänkt på att de kanske gör de... Man
- 19 har ju ingen riktig koll på vad de gör samt att man själv inte kan kolla upp hur de verkligen
- 20 hanterar informationen.
- 21 **Lovisa Nordenskiöld:** Hur känner du inför de att Google har privat information om dig?
- 22 **Respondent P5:** Nej det är klart att det tycker jag inte om egentligen, jag är inte en av dem
- 23 som skulle skriva ett klagobrev. Jag måste kunna använda mig av tjänsten då jag behöver
- 24 göra det dagligen. Men nej, jag tycker egentligen inte om dem.
- 25 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför tycker du inte om dem?

26 **Respondent P5:** Det är känslan av att inte vara privat och allting man gör och som man söker
27 på och är intresserad av ska kanske inte vem som helst veta om tycker jag. Om jag t.ex. söker
28 ett jobb någonstans så vill jag inte att allting jag gör ska komma fram där. Ellerhur? Det är det
29 jag menar men vill ju välja lite vad man vill lägga fram om sig själv också. Så är det ju!

30 **Lovisa Nordenskiöld:** Vad tror du att Google använder dina privata uppgifter till?

31 **Respondent 5:** Vad menar du med privata uppgifter?

32 **Lovisa Nordenskiöld:** Du vet, t.ex. personuppgifter, dina sökord, dokument i docs, mail.

33 **Respondent P5:** Jaha, okey, då förstår jag. Jag visste inte riktigt att de använde uppgifterna,
34 men nu när jag vet de så... kanske de använder dem för att tjäna pengar på ngt vis, vilket det
35 brukar vara, eller säkerhetsskäl för att ta brottslingar.

36 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registre-
37 ras av företaget Google? Isåfall i vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter? Hur
38 ser du på att även sökningar och sökord som kan vara mer privata samlas in av företaget Go-
39 oogle?

40 **Respondent P5:** Ja det vet jag ju nu att de gör. Jag tycker inte riktigt om att de samlar in alla
41 mina privata uppgifter, nej.

42 **Lovisa Nordenskiöld:** Skulle du kunna ändra ditt sätt att söka på Google tex att ”nej det här
43 kan jag kanske inte söka på här”.

44 **Respondent P5:** Då blir det istället fånigt att ”Det här kan jag inte söka på för då kommer det
45 lägga sig i deras databas och det ser inte bra ut att jag har sökt på de”. Det är klart att de kan-
46 ske man får göra, som jag sa innan så gör jag ju redan de när jag använder jobbdatorn. För då
47 vet jag ju att den är ju trackat till min jobbdatorn som är kopplat till mig, då tänker jag mest
48 på jobbet, där kan man ju inte söka på vad som helst. Men det är klart, provat tänker man inte
49 lika mycket på de.

50 **Lovisa Nordenskiöld:** Men anser du ändå att du är privat på Internet? Tex om du skriver ett
51 privat meddelande på Facebook.

52 **Respondent P5:** Ja det gör jag, även om jag vet innerst inne att det loggas någonstans. Men
53 jag tänker nog helt ärligt att den informationen inte kommer komma ut till någon som har
54 någon betydelse för mig. Till mina vänner, min familj och mitt jobb, där kommer det inte ut
55 ändå. Därför så anser jag nog att det är rätt privat ändå.

56 **Lovisa Nordenskiöld:** Vilka rättigheter tror du att du har på Internet?

57 **Respondent P5:** Det är en bra fråga, jag har aldrig tänkt på de. Men jag misstänker att om jag
58 skulle göra något olagligt via datorn och om någon ser de så tror jag att myndigheterna har
59 rätt att sätta dit mig för de.

60 **Lovisa Nordenskiöld:** Men tror du att de får samla informationen om dig eller tycker du att
61 du borde ha rätten att bestämma de?

62 **Respondent P5:** Jag vet inte hur det är men jag tror att dem får göra det men jag tycker att det
63 är fel att dem får. Man borde själv få välja vad som ska sparas och inte sparas. Sen är det ju
64 svårt att säga för om det används för att lösa brott så är det ju en stor fördel för dem om dem
65 kan använda den informationen. Men frågan är ju vad gränsen går, det kan ju vara någon med
66 dåliga avsikter som kan få tag på samma information. Men jag tycker ändå inte att dem ska ha
67 med det att göra, när jag vill vara privat så ska jag få vara privat. Som när jag sitter här och
68 pratar med dig så vill inte jag att de ska sätta upp en bugg här, det är nästan samma sak. Även
69 om vi inte pratar om något privat.

70 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att det finns en skillnad på uttalad privat integritet och hur
71 folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster? Att personer säger att de borde an-
72 vända Google på ett sätt men att de sen inte gör det.

73 **Respondent P5:** Ja, jag tror folk snackar mkt skit men sen tror jag inte att dem kan sluta an-
74 vända verktyget, eftersom det är ett väldigt bra verktyg! Jag använder det hela tiden och hade
75 inte kunnat sluta använda det om det inte hade kommit en motsvarighet. Jag tror inte folk rik-
76 tigt vet vad det är dem lägger ut och vad dem kanske förlorar?

77 **Lovisa Nordenskiöld:** Som många andra företag som hanterar information om personer
78 har även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar
79 förtroendet hos privatpersoner för företaget? Vilken roll tror du att sekretessinformationen
80 spelar för individer när de vet att den finns där?

81 **Respondent P5:** Ja det tror jag visar att dem är pålitliga, men jag tror inte att många läser de
82 tyvärr. Jag har inte läst de... Men det inger nog någon sort trygghet för användaren kanske.

83 **Lovisa Nordenskiöld:** Har du någon annan uppfattning om ämnet, något annat du har kom-
84 mit att tänka på nu under intervjun?

85 **Respondent P5:** det är kanske inte direkt IT relaterat men de har ju filmkameror uppsatta
86 överallt på stan. Det är ju samma princip och det har man ju hört att det är det ju hur många
87 som helst, det är ju 100-tals och man trodde inte att det fanns en enda.

88 **Lovisa Nordenskiöld:** Ja, det är samma princip. Men nu har det mer gått över till den tysta
89 och dolda övervakningen. Skulle du kunna sluta använda Google?

90 **Respondent P5:** Om jag hade något alternativ iståfall, hade det funnits en Google-private.se
91 så hade jag använt de istället.

92 **Lovisa Nordenskiöld:** Dem har ju en tjänst som kallas Google private. Men då är det bara
93 historiken i DIN webläsare som inte loggas.

94 **Respondent P5:** Nej då blir det ju bara om någon skulle gå in på din datorn så kan ingen an-
95 nan se vad du har gjort. Isåfall skulle ju Google haft en private-search sen skulle dem inte

- 96 logga det alls. Hade det funnits så hade jag ju gjort de. Det tror jag ändå att de flesta hade
97 gjort. Eftersom det känns lite olustigt att folk ska sitta och titta på och logga vad du gör.

Bilaga 6: Transkribering P6

Medverkande: Respondent 6, Lovisa Nordenskiöld, Jennifer Johansson

- 1 **Lovisa Nordenskiöld:** Hur ofta använder du Google skulle du säga, är det frekvent?
- 2 **Respondent P6:** Det är väl varje dag, flera gånger om dagen till och med.
- 3 **Lovisa Nordenskiöld:** Reflekterar du någonsin över dina sökningar?
- 4 **Respondent P6:** Nä, det gör jag aldrig. Varför skulle jag göra de?
- 5 **Lovisa Nordenskiöld:** Så det finns ingenting som du tänker att ”de kanske jag inte ska söka
- 6 på?”
- 7 **Respondent P6:** Näe, faktiskt inte. Jag söker på det som jag vill söka på.
- 8 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför är det så?
- 9 **Respondent P6:** Nej men jag känner inte att jag har någonting att dölja eller att det på något
- 10 vis skulle vara farligt för mig.
- 11 **Lovisa Nordenskiöld:** Har du ett förtroende för att Google hanterar dina privata uppgifter,
- 12 t.ex. personuppgifter, sökord, dokument i docs och mail på ett rättfärdigt sätt?
- 13 **Respondent 6:** Rättfärdigt? Vad menar du med de?
- 14 **Lovisa Nordenskiöld:** Om de behandlar dina uppgifter på ett schysst sätt. Exempelvis om du
- 15 använder din gmail, anser du då att Google respekterar din privata integritet genom att inte
- 16 läsa dina mail?
- 17 **Respondent P6:** Det är ju svårt att säga, det är lite läskigt att de har all uppgifter om mig, och
- 18 att de vet så mycket om mig, det är lite läskigt. Man känner sig ändå relativt säker faktiskt, nu
- 19 har jag inte så jättemycket information på Google, jag har ju lite mejl och så men inte så mkt
- 20 annat.
- 21 **Lovisa Nordenskiöld:** Vad är det som gör att du känner dig säker?
- 22 **Respondent P6:** kanske för att Google är så stort, det ör ett stort företag. Man känner ändå
- 23 det att dem borde ha koll liksom.
- 24 **Lovisa Nordenskiöld:** Hur känner du inför de att Google har privat information om dig?
- 25 **Respondent P6:** Det är väl kanske inte så trevligt, men vad kan jag göra åt de?
- 26 **Lovisa Nordenskiöld:** Varför tycker du inte att det är så trevligt?

27 **Respondent P6:** Nej men jag vill väl kunna skriva saker och söka på saker utan att någon
28 annan ska kunna se de. Även om jag inte skriver något konstigt eller så så är det min ensak,
29 tycke jag!

30 **Lovisa Nordenskiöld:** Vad tror du att Google använder dina privata uppgifter till? Med pri-
31 vata uppgifter menar jag t.ex. personuppgifter, sökord, dokument i docs, mail.

32 **Respondent P6:** Jag har ju hört att de,.. när man söker på en grej så blir det olika sökresultat
33 på olika människor. Så dem måste ju använda den informationen, min information, för att ge
34 olika resultat. Sen använder de kanske uppgifterna för att på något vis tjäna pengar kanske
35 eller något.

36 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att dina sökningar och sökord på sökmotorn Google registre-
37 ras av Google? Isåfall i vilket syfte tror du att Google samlar in dina uppgifter? Hur ser du på
38 att även sökningar och sökord som kan vara mer privata samlas in av företaget Google?

39 **Respondent P6:** Det är ingenting jag tänker på men, jag tror dem använder dem för att tjäna
40 pengar. Tycker inte riktigt om att dem samlar informationen.

41 **Lovisa Nordenskiöld:** Skulle du kunna ändra ditt sätt att söka på Google tex att ”nej det här
42 kan jag kanske inte söka på här”.

43 **Respondent P6:** Nä, det hade jag nog inte kunnat. Vart ska man då hitta den informationen
44 som man letar efter? Man kan ju inte gå till ett bibliotek och leta, det tar sån tid.

45 **Lovisa Nordenskiöld:** Men anser du ändå att du är privat när du surfar på Internet? Tex om
46 du skriver ett privat meddelande på Facebook eller något.

47 **Respondent P6:** Nja, jag gjorde nog de innan. Men nu så kommer jag nog inte göra det läng-
48 re, eftersom jag vet att någon kanske ”tittar”. Men jag tror ju ändå inte att de kommer läsa
49 mina meddelande, för så roliga är de inte.

50 **Lovisa Nordenskiöld:** Vilka rättigheter tror du att du har på Internet?

51 **Respondent P6:** Jag trodde knappt att man hade några? Jag har ingen aning om vilka isåfall.

52 **Lovisa Nordenskiöld:** Tror du att det finns en skillnad på uttalad privat integritet och hur
53 folk agerar när det gäller användning av Googles tjänster? Att personer säger att de borde an-
54 vända Google på ett sätt men att dem sen inte gör det.

55 **Respondent P6:** Ja det tror jag, folk kanske tycker mycket. Men jag kommer i alla fall aldrig
56 kunna sluta använda Google, även om jag tycker att det är dåligt att dem samlar informatio-
57 nen om mig.

58 **Lovisa Nordenskiöld:** Som många andra företag som hanterar information om personer
59 har även Google sekretessinformation tillgänglig att läsa. Tror du att denna information ökar
60 förtroendet hos privatpersoner för företaget? Vilken roll tror du att sekretessinformationen
61 spelar för individer när de vet att den finns där?

- 62 **Respondent P6:** Jag har aldrig läst den. Men jag tror att det gör folk trygga att den finns där,
63 hade den inte funnits så hade nog människor blivit misstänksamma.

Referenser

- Boyd, D. Crawford, K (2011) Six Provocations for Big Data. *A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society*. 2011-09-21.
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1926431>
[2014-04-11]
- Bylund, M (2013) Personlig integritet på nätet. *Scandbooks, 2013. 1:a upplagan*.
- Båtelson, K. Lövström, R (2013) Nationell kontroll av informationssäkerheten behövs. *Läkartidningen*. 2013-11-02.
<http://www.lakartidningen.se/Opinion/Signerat/2013/11/Nationell-kontroll-av-informationssakerheten-behovs/>
[2014-05-01]
- Flavián, C. Guinalú, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 106 Issue 5, p601-620. 20p. 1 Diagram, 4 Charts.
- Graneheim, UH.,Lundman, B. (2004) Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 2004; 24: 105-112.
- Here's how we take back the Internet* (2014) [video].
http://www.ted.com/talks/edward_snowden_here_s_how_we_take_back_the_Internet
[2014-04-26]
- Hoffman, D. L., Novak, T. P., Peralta, M. (1999). Building consumer trust online. *Communications of the ACM*, 42(4), 80–85.
- Hong, W. L., Thong, J (2013) Internet privacy concerns: an integrated conceptualization and four empirical studies. *MIS Quarterly*, Vol. 37 Issue 1, p275-298. 27p. 3 Diagrams, 10 Charts.
- Jenselius, M. (2013) Googles omsättning upp med 31 %. *Computer Sweden*, 19 april.
<http://computersweden.idg.se/2.2683/1.503345/googles-omsattning-upp-med-31-procent>.
[2014-04-17]
- Joinson, N. Reips, U. Buchanan, T. Schofield, C. (2008,): Privacy, trust and self-disclosure online, Published in *Human-computer interaction magasin*.
- Kvale, S. (1997): *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: studentlitteratur
- Liu, C. Marchewka, J. Lu, J. Yu, C-S. (2004) Beyond concern - a privacy-trust-behavioral intention model of electronic commerce. *Information & Management* 42 (2005) 289–304

Metzger, M. (2004). Privacy, Trust, and Disclosure: Exploring Barriers to Electronic Commerce. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 9, Issue 4, page 00, July 2004.

Nissenbaum, H. (2004): Privacy as a contextual integrity. *Washington law review association*.

Richardsson, M. Dominowska, E. Ragno, R. (2007): Predicting Clicks: Estimating the Click-Through Rate for New Ads. *IW3C2*.

SFS 1998:204. *Personuppgiftslag*. Stockholm: Justitiedepartementet.

Shaker, L. (2006): In Google we trust: information integrity in the digital age. *First Monday*, Volume 11, Number 4 - 3 April 2006

Statens medicinsk-etiska råd (2012) *Integritet*.

<http://www.smer.se/etik/integritet/>
[2014-05-20]

Snowden, E.J. (2014). *The Biography.com website*.

<http://www.biography.com/people/edward-snowden-21262897>.
[2014-04-26]

Stein Fuelleman, A. (2011): Right of publicity: Is behavioral targeting violating the right to control your identity online? *10 J.Marshall Rev. Intell. Prop. L.* 811.

Swaminathan, V. Lepkowska-White, E. Rao, B. P. (1999). Browsers or buyers in cyberspace? An investigation of factors influencing electronic exchange. *Journal of Computer Mediated Communication*, 5(2), 1-23.

Trost J. *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur, 2005.

Wakefield, R. (2013): The influence of user affect in online information disclosure. *Journal of Strategic Information Systems*. 22. 157–174.

Wang, Y D. Emurian, H. (2005) An overview of online trust: Concepts, elements, and implications. *Institute for Scientific Information*. *Computers in Human Behavior* 21 (2005) 105–125.

Webcertain education Ltd. (2012): *The Webcertain Global serach & social report 2012*.

<http://globalcentral.net/assets/cb757434/Search-Social-2012-Done.pdf>
[2014-04-17]

Zimmer, M. (2008): Privacy on Planet Google: Using the Theory of "Contextual Integrity" to Clarify the Privacy Threats of Google's Quest for the Perfect Search Engine. *3 J. Bus. & Tech. L.* 109.