



Basisprojekt 1

1. semesterprojekt 2019

Derya Gür & Laura Herlitschek Verdier

RUC – BP1
V1924788-LADE





BP1

1. semester - 2019

Eksamensgruppe nr.: V1924788-LADE
Projekttitlel: Persondata sikkerhed
Gruppens medlemmer: Derya Gür og Laura Herlitschek Verdier
Vejleder: Chris Peters
Hold: Hold B
Dato: Tirsdag d. 17. december 2019 kl. 12:00
Anslag: 76.411



Abstract

The usage of social media and the web has increased with 11% since 2012, this means that the data generated everyday also increases with the same amount or more. One of the biggest issues with the social media is the societies concern over their personal data and how these are exploited by organisations and private companies. This has resulted in governmental initiatives with data regulations such as the GDPR laws and etc. But there is still long way until the concerns from the society decrease, in a study made by the Statistics of Denmark has suggested that 15% of the population in Denmark do not fully trust social media and how their personal data are shared.

This is why we were motivated to investigate how we could help the citizens of Denmark in regard to how they could have an overview of their personal data and how they could take back the ownership of it. This ended with a problem statement of:

“How can we help the citizens of Denmark, in getting more informed about the questions regarding the digital data collection?”

The first thing we did was collecting enough empirical material that could answer our question. One of the sources was a source that included an interview with a expert in Data ethics, this data gave us enough indication to support our hypothesis in regards of the public concern about personal data. Other than that, we supported these statements with statistics made by various purposes to make a solution that in the best way could eliminate the problems.

By using the theoretical framework, Soft Design Science Methodology we could specify conflicts and thereby construct a solution that eliminated these problems. The model suggested 7 steps which included several areas to investigate that in the end should suggest a solution to the problem. The SDSM suggested a digital platform, that with information could help the citizens with their personal data.

In order to develop the solution required specific functionalities that mainly was informal, these included best practices and techniques to take control over personal data. Furthermore, the analysis also gave a suggest to how the solution could be developed. This included the usage of Prototyping as development method and the main purpose of choosing this was because of its iterative approach and its ability to prioritize user friendliness of the technical artefact.

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse	3
Indledning	5
Problemfelt	6
Semesterbinding	7
Afgræsning	8
Læsevejledning	8
<i>Anvendte begreber:</i>	9
<i>Formalia:</i>	9
Teori afsnit	10
<i>Valg af teorier</i>	10
<i>Teknologiens rolle i samfundet</i>	11
Datafication.....	12
Dataetik	13
GDPR.....	14
<i>Framework</i>	16
SSM.....	16
DSR.....	17
SDSM – Sammenkobling.....	18
Kritik af SDSM-modellen.....	19
Prototyping.....	20
<i>Delkonklusion af Teori</i>	21
Metode	22
<i>Kvalitative metode</i>	22
<i>Kvantitative metode</i>	22
<i>Diskussion af metode</i>	23
<i>Delkonklusion af metode</i>	24
Analyse	25
<i>Fremgangsmåde</i>	25
Perspektivering af SDSM og Empiri	25
SDSM-step 1	25

SDSM-step 2	27
SDSM-step 3	28
SDSM-step 4a	28
SDSM-step 4b	29
SDSM-step 5	30
SDSM-step 6	31
SDSM-step 7	31
Den Digitale Platform	32
<i>Delkonklusion af analyse</i>	36
Diskussion	37
Konklusion	38
Litteraturliste	41
<i>Primær litteratur:</i>	41
<i>Sekundær litteratur:</i>	41

Indledning

Måden hvorpå vi kommunikerer med hinanden har ændret sig en del, vi bruger internettet til at kommunikere med omverden, se vejrudsigten, handle ind, tjekke nyhederne og meget mere. Den digitale revolution har gjort det muligt at effektivisere, kontrollere, personalisere m.m. dette medfører dog visse risici. Akademikere fra Cardiff University har bemærket at indsamling og behandling af store mængder af data stadig er et omstridt problem, vores økonomiske transaktioner, relationer og interaktioner med regeringen er i stigende grad data som bruges til at profilere enkeltpersoner. (Data Justice Lab, 2019) Transformationer som disse rejser et vigtigt spørgsmål omkring, den danske befolknings opmærksomhed på de konsekvenser de digitale teknologier kan efterlade. Største delen af den danske befolkning er brugere af internettet, for at være helt præcis blev der lavet en undersøgelse tilbage i 2016 der viste, at 93 procent af den danske befolkning i alderen 16 til 89 år har adgang til internettet i deres hjem. ("Internetbrug og enheder: Slots- og Kulturstyrelsen", 2017) Dette viser hvor stor en del af den danske befolkning der dagligt eller næsten dagligt efterlader digitale spor. Data har fået en stor indvirkning på vores samfund. Begrebet data er en vidtfavnende betegnelse, data indbefatter markedsføring, Big Data, som er indsamling og opbevaring af store mængder data, profilering, som har til formål at indsamler oplysninger til at lave profiler som for eksempel viser en borgers shopping vaner, behov og meget andet. ("Big data, profilering og markedsføring", 2019)

Databeskyttelse er i højere grad blevet et aktuelt emne, da internettet gemmer på en masse følsomme informationer om den menige borger. Det er vigtigt at der bliver kastet lys over hvilke informationer man videregiver som privatperson, når man opretter sig som kunder i en virksomhed eller når man 'bare' surfer rundt på internettet.

Problematikken omkring konsulentvirksomheden Cambridge Analytica og deres rolle i det amerikanske præsidentvalg den 8. november 2016 hvor Donald Trump vandt over Hillary Clinton, har skabt en del overskrifter i pressen. Cambridge Analytica kom i besiddelse af over 50 millioner Facebook profilers data, hvor de derefter kreeret annoncer mod forbrugernes smertepunkter, som havde til formål af fremme Donald Trumps valgkampagne. Det er dog svært at afgøre hvor stor betydning de omtalte annoncer har haft, da det er en forretningshemmelighed hvad folk har stemt ud fra de kampagner og annoncer de har set. Denne sag har haft konsekvenser for Facebook og Cambridge Analytica som ikke længere har adgang til data fra Facebooks sociale medier, som blandt andet indbefatter Instagram. Det skal også understreges at præsident Donald Trumps rolle i denne sag ikke kan afgøres da man ikke kan dømme en siddende præsident. (Hardenberg, E. Lehmann, C. Lange, B. N., 2018)

Danmarks statistik foretog en undersøgelse i 2018 der viste at 77 procent af den danske befolkning havde en bruger på de sociale medier (se bilag 1), 53 procent af dem der havde en profil på Facebook, gjorde brug af den dagligt, derefter ligger Instagram og Snapchat på en delt andenplads (se bilag 2), denne undersøgelse viser at Facebook er det foretrukne sociale medie når det kommer til de danske internetbrugere. (Kulturministeriet: slots- og kulturstyrelsen, 2018, *Brug af sociale medier i 2018*) Den danske befolkning udsat for spørgsmål omkring databeskyttelse, etik og sikkerhed, selvom de muligvis ikke er opmærksomme på omfanget eller den potentielle fare der kan være ved denne eksponering.

Hver anden dansker har nægtet at give adgang til deres personlige oplysninger på de forskellige sociale medier. Som eksempel har de begrænset adgangen til deres aktiviteter, præferencer, geografiske placering og personlige kontakliste. Teknologien registrerer alt man foretager sig på internettet, disse informationer registreres uden at man er klar over man har givet sammentykke og bruges af virksomheder man aldrig har hørt om. ("Danskerne er blevet mindre bekymrede for at udlevere persondata til Facebook og Co.", 2019)

Problemfelt

Det er nærmest uundgåeligt ikke at være på internettet i dagens Danmark, hvis ikke man er på internettet er det svært at være en del af samfundet. Danmarks infrastruktur er afhængig af informationsteknologi, vi kommunikerer sjældent via breve, det meste sker gennem internettet, man bestiller for eksempel tid hos tandlægen gennem et bookingsystem eller underskriver diverse kontrakter via sin e-boks. Hovedpointen er at der flourerer private informationer om den menige borger på internettet, alt hvad vi foretager os, bliver registret og lagret i hobevis. Vores personoplysninger kan end i hænderne på de forkerte som kun har et mål for øje, hvilket som oftest er at tjener penge på disse informationer.

Vi synes det ville være interessant at undersøge hvor mange af dem der gør brug af sociale medier egentlig ved hvad GDPR er? Hvad siger man ja til når man opretter en bruger på diverse sociale medier? og hvilke forholdsregler bør man foretage sig? Internettet er kommet for at blive, vi kan ikke styre hvad der sker på internettet, men vi kan tage vores forholdsregler før vi giver samtykke og ligger diverse personoplysninger ud på internettet. Vi mener det er et aktuelt emne der er værd at blive klogere på. Vi vil gerne oplyse den menige danske borger og skabe efter overblik over hvad de kan gøre.

Med dette i vores tanker har vi udarbejdet en problemformulering med tilhørende problemstillinger, som har til formål at besvare problemformuleringen.

Hvordan kan vi hjælpe danskere med at blive bedre informeret om de mange spørgsmål der er omkring digital dataindsamling?

1. Hvordan kan vi oplyse danskerne bedst muligt?
2. Hvordan kan vi gøre vores platform brugervenlig?
3. Hvilke redskaber kan vi gøre brug af for at fortælle problemerne ved dataindsamling?

Semesterbinding

På vores 1. semester på HumTek har vi haft et kursus i Design og Konstruktion og et kursus i Subjektivitet, Teknologi og Samfund. I Design og Konstruktion har vi lært at udvikle systemer, evaluere processer. Vi har gjort brug af tre af Jan Pries-Hejes metoder, den ene er Soft Design Science Methodology forkortet til SDSM (Pries-Heje, J., 2014, *Soft Design Science Methodology*), dernæst har vi gjort brug af Soft Systems Methodology også forkortet til SSM (Pries-Heje, J., 2014) og den sidste er Design Science Research som har forkortelsen DSR. (Pries-Heje, J., 2014)

I Subjektivitet, Teknologi og Samfund har vi fået færdigheder til at analysere forholdet mellem teknologi og samfund. Vi har gjort brug af Shoshana Zuboffs overvågningskapitalisme. (Zuboff, S., 2019, *Surveillance Capitalism*) Udover det materiale vi har fået til forelæsningserne, har vi selv fundet en teori af forskeren Van Dijck, som har specialiseret sig indenfor emnet persondata, hvilket er oplagt at inddrage i vores projekt.

Derudover vil vi forelægge et designforslag, for at vise hvordan vores serviceydelse kan komme til at se ud. Derudover har vi haft en to ugers workshop som har gjort det mulig for os at kunne designe en platform til vores semesterprojekt. Disse metoder, teorier og analyser danner grundlag for at besvare vores problemformulering og de tilhørende problemstillinger på bedst mulige måde.

Afgræsning

Det har været en længere proces for os at begrænse os. Vi har fra start af valgt et bredt emne ”Persondata sikkerhed” og vi har derfor været nødsaget til at afgrænse det. Persondata sikkerhed er et kæmpe emne, der indbefatter en masse underemner. Vi ville fra start af gerne være et oplysnings- og servicemiddel. Vi havde i tankerne at lave et system hvor vores brugere af vores tjeneste kunne logge ind og få tilsendt de informationer der ligger om dem på internettet. Vi fandt dog hurtigt ud af at dette ville være i strid mod vores oprindelige idé, som er at informere om hvilke forholdsregler man bør tage sig, så ens personoplysninger ikke ender i hænderne på de forkerte. Vi havde ikke til hensigt at indsamle personoplysninger som ville ende med at blive lagret hos os, men derimod lade folk gøre det selv ved brug af vores informationer. Vi har også være nødsaget til at afgrænse vores valg af teori, da vores semesterprojekts omfang ville blive for bredt hvis vi inddrogede flere teorier. Vi havde i tankerne at inddrage Langdon Winner, men kom frem til at det ikke havde relevans i forhold til vores informative platform vi vil udvikle. Ved at indsnævre vores valg af teori, har vi haft mulighed for at udarbejde to analyser der mere præcist og fyldestgørende besvarer vores problemformulering og vores problemstilling.

Læsevejledning

Vores læsevejledning har til formål at dirigere læseren gennem vores projekts og vise de begreber vi har anvendt. Vi har en problemformulering og fire tilhørende problemstillinger, der danner rammen for vores projekt. Projektet skal læses kronologisk for at kunne forstå sammenhængen, vi har til og med inddelt vores projekt i afsnit med en tilhørende overskrift. Vi starter ud med at uddybe vores brug af teori, dernæst metode, analyse, diskussion og til slut en konklusion, vi runder projektet af med en liste over den litteratur vi har anvendt, både primær og sekundær litteratur og tilhørende bilag. I bilag 1 og 2 har vi vedlagt et søjlediagram over de 16-89-årige der har en bruger på de sociale medier og et diagram over de 16-89-årige der anvender sociale medier dagligt, derudover har vi vedlagt et bilag som et en transskription af et podcast fra dataklubben og 4 bilag af en prototype til en platform vi har i tankerne om at udvikle. Derudover har vi lavet en oversigt over de begreber vi har anvendt og en forklaring på den formalia vi har gjort brug af i vores projekt.

Anvendte begreber:

Big Data: Er dataspor man efterlader ved at logge ind på elektroniske enheder. Disse data bliver indsamlet i store mængder og bruges eksempelvis til markedsføring.

Direktiv 95/46/EF: (Databeskyttelsesdirektivet) er en dansk lov der blev indført den 24. oktober 1995. loven var til for at beskytte forbrugernes personoplysninger og udveksling. Denne lov blev i 2018 erstattet med GDPR.

GDPR: (General Data Protection Regulation) er til for at give forbrugerne kontrol over deres personfølsomme oplysninger. Virksomheder har pligt til at overholde denne EU-lovgivning. GDPR blev indført i den 25. maj 2018.

SSM: Er en metode som viser menneskelige aktiviteter der er til for at identificere og undersøge hvordan aktører reagere i et samfundsproblem.

DSR: Er en metode der er til for at konstruere en ny virkelighed som har en dertil ny løsning.

SDSM: Er en metode der kan bruges til at løse problemer når man udvikler nye teknologier.

SoMe: Er en forkortelse for social media.

CATWOE: Er en del af SSM-modellen, det er en simpel tjekliste.

Cookies: Er digitale tekstfiler som bliver gemt på ens digitale enheder, disse tekstfiler opstår når man besøger hjemmesider.

Metadata: Er data om eksisterende data, det er data der bruges til at strukturere diverse informationer, genfinde data m.m.

Formalia:

Vi har valgt at gøre brug af referencesystemet APA og det er den 6. version. Citater på over 40 tegn er skrevet med kursiv, anført med anførelsestegn samt blevet centreret. Vi har refereret til kilder ved at sætte dem i parentes.

Teori afsnit

Valg af teorier

I dette afsnit vil der redegøres for de valgte teorier som vi har gjort brug af. For at kunne besvare problemformuleringen og problemstillingen bedst muligt, er det nødvendigt at inddrage den empiri der er blevet indsamlet, dernæst vil empirien blive understøttet af de teorier der er blevet udvalgt. Formålet med dette afsnit er at gennemgå de overvejelser der er blevet gjort i forhold til at inkludere teorierne i vores analyse. Derudover argumenterer vi for, hvorfor de valgte teorier er relevante for vores projekt.

Teoriafsnittets struktur er således, først vil vi forklare det konkrete problem som er:

” Hvordan kan vi hjælpe danskere med at blive bedre informeret om de mange spørgsmål der er omkring digital dataindsamling? ”

Her er det nødvendigt at inddrage, Professor Shoshana Zuboff fra Havard Busniess School’s bog ” *THE AGE OF SURVEILLANCE CAPITALISM – The Fight for a Human Future at the New frontier og Power* ”. Zuboff’s bog om overvågningskapitalisme, er interessant at inddrage i teoriafsnittet da hendes bog giver en klar forståelse af teknologiens rolle i samfundet og hvilke konsekvenser det har for den menige borger.

Derudover er der gjort brug af Van Dijck ” *Understanding Social Media Logic* ” for at forklare emnet datafication. Formålet med dette er at identificere de bindende forklaringer til Zuboffs bog om overvågningskapitalisme. Det interessante ved denne kombination, herunder Zuboff og Dijck er at overvågningskapitalismen er afhængigt af data. Van Dijck nævner i sin artikel at datafication er anvendelser af data og algoritmer, hvilket blandt andet er med til at forudsige adfærd, holdninger og præferencer.

Derudover har det været nødvendigt at benytte en model som kan løse et problem ud fra et behov, derfor er der blevet brugt en kombinationen af DSR-modellen og SSM-modellen, disse to modeller udgør tilsammen SDSM-modellen. For at kunne udvikle en prototype er det vigtigt at vide de grundlæggende principper, som er teknologiske artefakter og hvordan man opstiller en hypotese inden man kan udvikle en prototype. Vi har taget udgangspunkt i et podcast om dataetik, dette har vi overført til projekt ved at bruge artikler fra dataetik og interviewet som er foretaget af

Dataklubben.dk for at give en bred forståelse af dataetik samt at binde etik sammen med Shoshana Zuboff og Van Dijck.

Teknologiens rolle i samfundet

I dimension, Subjektivitet, Teknologi og Samfund er der gjort brug af Zuboffs bog om overvågningskapitalisme. Zuboff er professor emeritus fra Havard Business School og har skrevet flere bøger om den digitale dagsorden i vores samfund og sociologiske effekt på mennesket. Vi lever i en verden hvor mennesket er med til at skabe teknologien, og intet tyder på at den eksponentielle udvikling stopper. Maskiner overtager markedet så arbejdsløsheden stiger og alligevel, er vi stadigvæk besat det i vores hverdag.

“Are we all going to be working for a smart machine, or will we have smart people around the machine?” (Zuboff S., 2019, s. 655)

Dette udsagn blev nævnt for Zuboff i en ung alder og har siden motiveret hende til at forske på området. Med dette udsagn sættes der endnu en gang dilemma ved hvem der egentlig har magten, og hvordan magten kommer til at fordele sig mellem mennesker og teknologien.

Zuboff lægger ikke skjul på hvad hun mener data bliver brugt til. Data bliver genereret i store mængder og datapunkterne bliver ved med at ekspandere, dette betyder at dem som har adgang til dataene, også har adgang til hvem vi er som mennesker. På denne måde kan virksomheder profilere os og udnytte vores data til egen fordel for eksempel via markedsføring. Flere sociale medier er gratis nu om dage, men dette har dog sin pris. Vores data bliver solgt til at føre marketing kampagner målrettet mod os som forbrugere. Formålet med disse kampagner er i og for sig ligegyldigt, om det er forbruger orienteret eller politisk, vores data er tilgængeligt og det understøtter Zuboff med følgende udsagn

” If it’s free, then you are the product” (Zuboff, S., 2019, s. 6)

I dette udsagn beskrives forbrugeren som selve produktet. Vi som forbruger får i virkeligheden ikke et gratis produkt. Med de sociale medier får vi adgang til gratis funktionalitet til at forbinde os med omverden online, men alting har sin pris, vi accepterer juridiske aftale med Facebook, Instagram og andre sociale medier om at forbrugermarkedet kan målrette kampagner målrette mod os. Et af de

aftaler som vi godkender ved at bruge facebook kan ses ved denne politik. Under Facebooks Datapolitik står der følgende:

Vi indsamler indhold, kommunikation og øvrige oplysninger, du angiver, når du bruger vores produkter, herunder de oplysninger du angiver, når du opretter en konto, opretter eller deler indhold samt skriver beskeder eller kommunikerer med andre. Det kan omfatte oplysninger i eller om det indhold, du angiver (såsom metadata), f.eks. lokationen af et billede eller datoen for oprettelsen af en fil. ("Datapolitik, Facebook", 2018)

Som det kan ses ved overstående politik fra Facebooks Datapolitik, har Zuboff en pointe i at advare os om, at informationerne (metadata) om os bliver opsamlet. Specifikt viser det, hvilke data der bliver brugt, f.eks. lokation data, billeder og datoer for forskellige aktiviteter man fortager sig på Facebook.

Dette er især vigtigt da Zuboff påpeger at vi som brugere på sociale medier ikke er opmærksomme på hvad vores metadata bliver brugt, specielt de målrettede kampagner. Derfor er det afgørende at vores løsning giver den menige borgere det overblik der skal til for at adressere de udfordringer Zuboff påpeger.

Datafication

Van Dijck er forsker som har specialiseret sig inden for emnet persondata og dets betydning i vores hverdag, dette kaldes også for 'Datafication' hun nævner at Datafication er en usynlig måling af borgere som bruges til at påvirke vores adfærd (José van Dijck & Thomas Poell, 2013, s. 9-11)

Som Zuboff også nævner i overstående afsnit i "*teknologiens rolle i samfundet*", bliver borgerer udnyttet gennem forskellige teknologiske systemer, som blandt andet noget så simpelt som gratis adgang til en hjemmeside. Denne anvendelse kræver en accept af cookies, disse Cookies bliver sjældent læst og har som regel en række krav før man kan få adgang til den ønskede funktionalitet. Cookies medfører blandet andet dataudnyttelse af personlige præferencer. Udnyttelsen kan være alt fra lokation, som er slået til i appen navigation, sociale medier som annoncere politiske kampagner. (Naughton J., 2019) Disse overvågningshandlinger, er evident for at den menige borgers data bliver indsamlet og benyttet af forretningsimperier. Organisationer bruger for eksempel data til at målrette kampagner imod den menige borgers mest smertefulde punkt, nemlig politiske kampagner til at vinde valgkampagner med. (Naughton J., 2019)

Med adgang til de sociale medier hvor services og funktionalitet er gratis gør vi os målbarere. Det betyder at organisationer og virksomheder kan få adgang til vores metadata som danner en personprofil af os der kan bruges til at fortælle hvad vores personlige præferencer, forbrugeradfærd og politiske holdninger er. I Datafication taler man om synlighed, det betyder at vi som forbrugere ikke direkte kan se hvilke metadata de har om os, som fortæller hvilken profilering vi har (Dijck, J. V. & Poell, T., 2013, s. 9-11). For at få adgang til de gratis tjenester, betaler vi med vores data, med andre ord er data den værdi som virksomhederne får ved at udbyde ”gratis” services. Disse data kan derefter anvendes af organisationer til at målrette kampagner mod os da de kender til vores præferencer. Alt dette sker naturligvis med vores samtykke, vi godkender juridiske aftaler inden vi installerer diverse apps, uden at læse aftalen igennem giver vi ”frivilligt” adgang til vores data. Derfor er det nødvendigt at gøre borgerne opmærksomme på hvilke konsekvenser det kan have at deres data misbruges politisk og kommercielt, hvorfor vi har valgt at fokusere på netop dette område.

Dataetik

Dataetik er betegnet som en aktiv stillingtagen og handling som skal sikre menige borgers persondata rettigheder ikke anvendes mod menneskets smertepunkter (Data i menneskets tjeneste, 2018, s. 3). Dette betyder at organisationer som har oplysninger om deres kunder, brugere og ansatte skal sikre deres data for at undgå datamisbrug. Etik er et bredt begreb, det er især anvendt inden for moralen og de implicite regler der er gældende i vores hverdag. Det er også det som bestemmer den menneskelige adfærd og hvad der bestemmer hvad der er rigtigt og forkert. (Rich, K., L., 2013) på samme måde findes der også regler og morale for hvordan data håndteres af organisationer. Dette er relevant for vores projekt da vi gerne vil undersøge hvordan organisationer benytter persondata, uden borgernes opmærksomhed omkring det.

Begrebet dataetik, dækker over et stort fundamentalt område som i dag kan føre til en række konsekvenser. Disse konsekvenser bunder i at flere organisationer har misbrugt menige borgers person data. Som nævnt tidligere i projektet, er disse persondata indsamlet ved hjælp af sociale medier som samler en masse informationer, alt fra sociale adfærd, interesser, lokation m.m.

Som Zuboff nævner, er samfundet blevet til overvågningskapitalisme hvor moralen med dataetik, er gået langt over dets faste rammer og har fået en lang række konsekvenser med sig. Det betyder at på

trods af at organisationer arbejde med dataetik, så er mennesket og grupperes legitime interesser ikke bliver opnået, overholdes de ikke i større og mindre grad (Data i menneskets tjeneste, 2018, s. 7). Disse legitimer bruges ved hjælp af datafication (Dijck, J., V., & Poell, T., 2013, s. 9-11).

Det er vigtigt at redegøre for data etik, da det er noget som vi mener at der mangler hos organisationer med adgang til personlige data. Vores endelige løsning skal helst indeholde elementer af data etik der gør at vi kan tilbyde et teknologisk artefakt til borgerne som er i tråd med universelle moralske værdier inden for data etik.

GDPR

Den 25. maj 2018 fik vi en ny databeskyttelsesforordning også kendt under navne som persondataforordning og GDPR, der er en engelske betegnelse for General Data Protection Regulation.

Den nye persondataforordning kommer til at erstatte Danmarks direktiv 95/46/EF også kaldet databeskyttelsesdirektivet, hvis formål var at behandle personoplysninger. Databeskyttelsesforordningen er en lovgivning indført af den Europæiske Union (EU), det vil sige at alle lande der er medlem af den Europæiske Union og Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde (EØS) har pligt til at efterleve denne lovgivning. ("Generelt og databeskyttelse og lovgivning", 2019)

Organisationer og virksomheder som har systemer hvor de har samlet personfølsomme data omkring Europæiske borgere, fordi de enten tilbyder en ydelse, sælger produkter eller noget helt tredje. Databeskyttelsesforordningen sikre at borgere i EU og EØS har kontrol over egne data. Hvis vi opsummerer hvad databeskyttelsesforordningen anser som personlige data er det følgende ting:

- Fornavn og efternavn.
- E-mail.
- IP-adresse.
- Lokations oplysninger.
- Informationer omkring helbred.
- Billede.
- Bankoplysninger.
- Diverse SoMe opslag.

Databeskyttelsesforordningen skelner ikke når det kommer til personlige data relateret til en persons arbejdsmæssige, offentlige eller privat rolle. ("GDPR: Hvad er det, og hvad kommer det til at betyde for din virksomhed?", 2019) Denne lov er forbrugeres rettighed til at blive beskyttet i henholdt til deres personoplysninger, kort fortalt har GDPR til formål at sikre forbrugers personoplysninger så de ikke bliver misbrugt, det er med andre ord en lovgivning til forbrugerne. ("Hvad er GDPR?", 2019)

Framework

I dette afsnit vil modellen SDSM blive belyst og redegjort. Modellen er en sammenkobling mellem flere forskellige teorier. Modeller såsom SSM, DSR og Prototyping vil blive redegjort først og til slut vil vi redegøre for hvordan SDSM-modellen bliver anvendt i én model.

SSM

Soft Systems Methodology bedre kendt som SSM er en metode der bruger menneskelige aktiviteter til at identificere og undersøge hvordan aktører agerer i et givent samfundsproblem. Det er væsentligt at understrege at formålet med hele metoden bygger på menneskers forståelse af et problem og dernæst komme frem til en løsning der eliminerer en eller flere konflikter ved hjælp af teknologiske artefakter (Pries-Heje, J., Venable, J., & Baskerville, R., 2014, s. 79-81).

En af fordelene ved metoden er, at man i problemløsningssituationen tager udgangspunkt i konflikter mellem forskellige interessenter fremfor at pre-definere problemer og lave løsninger baseret på dette. F.eks. kan man have flere interessenter i et system som har forskellige processer og målsætninger der resulterer i konflikter, et eksempel er at et politisk parti (en interessent) ønsker at målrette kampagner imod den menige borger (endnu en interessent). Men borgerne er ikke opmærksomme på at sociale medier (endnu en interessent) bliver brugt som platform til at påvirke adfærden, som borgerne i virkeligheden ikke har lyst til at blive påvirket af (konflikt). Som det kan ses ved eksemplet er der flere interessenter/aktører, der i et samlet system har forskellige formål der udleder konflikter som SSM forsøger at udpensle og eliminere.

SSM bygger på forskellige principper, et af de to vigtigste elementer ved modellen er det '*rigte billede*', hvor man forsøger at kortlægge interessenters og konflikterne imellem dem. Med det '*rigte billede*' er det derfor nemmere at designe løsninger der eliminerer disse konflikter, det er ofte ved hjælp fra teknologiske artefakter. Et rigt billede kan nemmest forklares ved at man forsøger at tegne alle aktørerne i et større system og afhængighederne imellem dem, samt identificere de konflikter der er imellem aktørerne.

Et andet vigtigt element er CATWOE, her forsøger man at identificere alle interessenter og deres roller, på den måde kan man identificere hvem der er kunden, ejerne og hvem der er involveret i selve systemet.

Metoden er det man kalder for en system-tænkende fremgangsmåde, det betyder at man kigger på sammenhængene imellem flere forskellige elementer i et problem. Her kommer man ind på interessenter, afhængigheder, hierarkier, værdier og kontrol elementer således at man får et holistisk billede af hele problemet. Sagt med andre ord, så er SSM en systemmetode hvor man fokuserer på det store hele frem for de forskellige dele af et problem.

DSR

Design science research er en metode der i nyere tid har bidt sig fast når det gælder om at knække problemstillinger fra en situation man ønsker ændret. Formålet er klart og simpelt – i stedet for at forstå det nuværende problem, handler det i stedet om at konstruere en ny virkelighed med en ny løsning. Basalt set forsøger man i DSR-modellen at indsamle viden omkring et givent problem, for derefter at transformere eksisterende løsninger til det bedre. (Pries-Heje, J., Venable, J., & Baskerville, R., 2014, s. 77-79)

I DSR arbejder man også efter principper/aktiviteter, disse aktiviteter inkluderer blandt andet at identificere problemet samt forsøge at konkretisere det således, at det kan retfærdiggøres at man påbegynder at finde en løsning.

Den anden aktivitet er at kortlægge hvad man ønsker at opnå. Det betyder at man typisk vil udforme nogle løsninger til nogle problemer man ønsker at eliminere. Her er det at man designer og udvikler den løsning der skal eliminere de identificerede problemer i starten af processen. Denne skulle gerne resultere i et teknologisk artefakt. Det næste punkt inkluderer en demonstration, her tester man løsningen dette vil man typisk gøre i integrationer og gå tilbage til udviklingen indtil at den endelige prototype er klar. Dernæst vil man evaluere løsningen, det gør man typisk ved at kigge på målene som man har defineret fra starten af processen. Til sidst vil man bruge kommunikation, hvilket betyder at det teknologiske artefakt der løser problemet bliver målt på dets effektivitet således, at andre som forsker på lignende områder, kan få gavn af det eller udvikle videre på løsningen.

SDSM – Sammenkobling

I dette afsnit vil der blive gjort rede for hvordan en gennemtænkt prototype kan udvikles ved hjælp af Soft Design Science Methodology. (Pries-Heje, J., Venable, J., & Baskerville, R., 2019).

Som skrevet tidligere, udgør metodens aktiviteter tilsammen to modeller, DSR-modellen og SSM-modellen, som til sammen kaldes for SDSM-modellen. DSR-modellen bruges til at løse et problem ved at udvikle nye teknologier, dog kan det være svært at identificere problemet eftersom problemet og løsningen ofte er Socio-Tekniske af natur. Det gør situationen sværere at forstå og at identificere den helt konkrete problemstilling.

For at løse et humanvenligt artefakt, er det derfor nødvendigt at kombinere aspekter fra SSM-modellen da denne model har aktiviteter hvori slutbrugeren er indblandet under udviklingen, for at opnå det bedst mulige resultater.

For at fuldende modellen bedst muligt er det nødvendigt at benytte alle syv aktiviteter for at få det bedste resultat. For at forstå SDSM modellen bedst muligt vil aktiviteterne i modellen derfor redegøres:

- (1) Det første man vil gøre i SDSM modellen er at definere det overordnede problem og afgrænse hvad man ikke vil løse.
- (2) Dernæst vil man specificere hvad det kræver at løse problemet, dette kan man gøre ved at lave en kravspecifikation.
- (3) De teknologiske og sociale forudsætninger skal kortlægges og omdannes til et billede af hvordan løsningen skal se ud. Her er det vigtigt at man tænker systematisk, hvilket i overordnede termer betyder at man kigger på sammenhænge mellem mennesker/interessenter og teknologiske artefakter.
- (4) Baseret på en systemmæssig tænkning formuleres en overordnet kravspecifikation. Dette gøres ved at have en tilgang der referer til design tænkningen og hvor man sammensætter de alle de elementer der skal til at danne den endelige løsning.
- (5) Den endelige kravspecifikation formuleres og evalueres ved at sammenligne med de mål som blev defineret tidligere i forløbet for at vurdere om den løser de endelige problemer.
- (6) Herefter starter processen for at designe eller finde løsninger der eliminerer de problemer der matcher de krav der er i specifikationen. Dette kunne f.eks. være et teknologisk artefakt i form af en ny mobil applikation, et eksisterende ERP-system eller det helt tredje.

- (7) Til sidst udvikles en prototype af løsningen og testet i det socialt konstruerede system. Forhåbentligt har løsningen elimineret det problem der var og transformeret situationen til anden og ny tilstand.

SDSM kan inddeles i to dele, den ene del fokusere på den '*Rigtige verden*' hvor den anden er '*Design elementet*', disse tanker stammer fra SSM-modellen og DSR-modellen. Som læst længere oppe i projektet, er der forklaret kort om hvilke faser der skal udføres før den endelig proces kan igangsættes. Længere nede i vores analyse vil der forsøges på at sætte projektets udtænkte prototype ind i modellen for at se et endeligt resultat at den valgte model.

Kritik af SDSM-modellen

Både DSR-modellen og SSM-modellerne har samme overordnede formål, nemlig at løse et specifikt problem. Begge modeller foretager sig løbende evalueringer af den stillede problemstilling for at være sikker på at prototypen svare til det givende behov.

Der ses en klar forskel på DSR-modellen og SSM-modellen fordi DSR-modellen operer med generelle problemer fra større grupper hvorimod SSM-modellen operer med et specifikt problem fra mindre grupper (Baskerville, R., Pries-Heje, J., & Venable, J., 2009, s. 4). Det problematiske her er at der hurtigt kan blive skabt forvirring om den konkrete problemstilling. Som nævnt tidligere i dette afsnit kan DSR-modellen have svært ved at identificere problemet eftersom problemet og løsningen ofte er Socio-tekniske af natur. Det gør situationen sværere at forstå og sværere at identificere problemstillingen. SSM-modellen derimod beskæftiger sig med Socio-Tekniske problemer (Baskerville R., Pries-Heje, J., & Venable, J., 2009, s. 4).

Prototyping

Prototyping er en agil udviklingsmodel af It-systemer som er anerkendt for at være nogen af de mest succesfulde. Det som kendetegner modellen, er dens evne til at lave hurtige succesoplevelse og give slutbrugerne mulighed for at være tæt med udviklerne.

Prototyping kan anvendes til forskellige udviklinger af IT-systemer, dette kan bl.a. være udvikling af ERP-systemer eller Mobile Applikationer. Da det er mest relevant at fokusere på en platform er der valgt at gøre rede for den version af Prototyping. For at forklare om Prototyping er det nødvendigt at gennemgå de nødvendige steps i denne model:

Step 1 - Behov: Det første man skal gøre inden man starter udviklingen af en platform, er at definere det problem som den skal løse. Dette gøres typisk ved at man kortlægger det som platformen skal løse og hvordan man har tænkt sig at løse det ved hjælp af platformen.

Step 2 – Hurtigt Design: I denne fase handler det om at lave en hurtig sketch af den funktionalitet platformen skal have og derefter lave en tegning af selve platformens udseende og design.

Step 3 – Bygge prototype: Udkast til den nævnte platform, dette skal gøres baseret på den funktionalitet og det design man har udarbejdet i step 2. Det er samtidig her man koder løsningen for aller første gang.

Step 4 – Kunde evaluering: Det er her brugerne for første gang ser den udviklede løsning. De får lov til at teste den og give feedback på hvad de synes der skal ændres eller hvad de synes er godt. De kan både give feedback på funktionalitet og brugervenlighed samt design.

Step 5 – Raffinering af prototype: I dette step har udviklerne taget feedbacken til sig og udviklet en ny baseret på dette. Det er vigtigt at der både fokuseres på projektets formål og kundernes feedback. Der kan være risiko for at kunderne ønsker noget der er uden for omfanget af projektet. Hvis det er tilfældet, skal man også korrigere slutproduktbeskrivelsen.

Step 6 – Gentagelse: Prototyping er en iterativ proces, det betyder at step 4 og 5 kan gentages flere gange indtil den endelige prototype er færdiggjort og klar til lancering.

Step 7 – Implementering: Som det sidste led i modellen er det her at implementeringen af platformen forgår. Dette kan være undervisning og overdragelse fra udviklere til dem som skal gøre brug af løsningen.

Delkonklusion af Teori

Vi har valgt at dele vores teori afsnit op i to dele, den ene del handler om den teknologiske betydning for samfundet og den anden del handler om rammeværker og modeller til hvordan man kan identificere behov og dernæst udvikle en løsning der eliminere udfordringer.

Dataetik, Datafication og GDPR hører alle under samme emne, det kan konkluderes at man kan se på persondata fra forskellige perspektiver, der er ikke en bestemt måde at opfatte og forstår persondata på. Indflydelse fra sociale medier og organisationers etik har en stor betydning for borgernes bekymringer. SDSM-modellen er en kobling imellem SSM-modellen og DSR-modellen her får man et rammeværk der kortlægger udfordringer i et samfund og giver os muligheden for at udvikle et specifikt teknologisk artefakt der eliminere de udfordringer borgerne måtte have.

Metode

For at give læseren et overblik af opgavens indhold, vil der redegøres for hvilke metodiske overvejelser der er gjort brug af i forhold til projektets dataindsamling. Metodeafsnittet indeholder to centrale metoder, den kvalitative og kvantitative. Begge metoder er valgt for at kunne besvare projektets problemstilling. Begge metoder vil komme fra sekundære kilder, såsom diverse statistikker og et interview som ikke er indsamlet af gruppens medlemmer, men en podcast foretaget af sekundære personer.

Kvalitative metode

Kvalitativ metode er typisk interviews, feltobservationer og historiske kildestudier. (Harboe, T., 2006, S. 31) Metodens arbejde er bygget op omkring omhyggelige udarbejdelser med løbende ændringer undervejs, det vil sige at under interviewet er det muligt at der kan opstå ændringer som kan dreje fokuset til et nyt udgangspunkt. Det skal dog også lige understreges at disse ændringer er sideløbende med dataindsamlingen. (Harboe, T., 2006, s. 32)

Den kvalitative data som er benyttet i dette projekt, er baseret på sekundære data som vi har fået adgang til via podcast. Podcastet er tilgængeligt via iTunes og kan hentes gratis til diverse digitale enheder. Dataene er kvalitative da det er en samtale mellem en interviewer og en gæst som har en dialog. Intervieweren stiller en række spørgsmål og gæsten giver dybdegående svar dertil, derfor klassificeres det som en kvalitativ metode. (Harboe, T., 2006, s. 31-33) Programmet for podcastet kaldes for Dataklubben og afholdes af It konsulentfirmaet Inspari. Det er en længere programserie hvor forskellige emner inden for data bliver taget op, dog tager denne opgave kun udgangspunkt i et enkelt afsnit som omhandler dataetik, hvor tidligere omtalte Lisbeth Knudsen er gæst. I programmet taler de om dataetik og hvordan data kan misbruges af forskellige organisationer til at ændre adfærden på den menige borger. Vi anser denne podcast og emnet som værende meget relevant for vores opgaves mål og dets pålidelighed for at være høj da Lisbeth Knudsen er ekspert på området.

Kvantitative metode

Kvantitativ metode er typiske spørgeskema, statistiske databehandlinger og eksperimenter. (Harboe, T., 2006, s. 33) Metoden, kvantitativ, er det modsatte den kvalitative metode, det vil sige at data ikke er dybdegående men derimod hårde data som kan bruges til at danne et overblik over emnet. I denne metode, kontra kvalitativ metode, kan spørgsmålene ikke løbende formes efter det konkrete fokus, hvorfor det derfor også er vigtigt at have forberedt sig på hvordan data efterfølgende skal analyseres.

Den kvantitative metode som er benyttet i dette projekt, er også baseret på sekundær empiri som vi har fået adgang til via statistiker. Disse statistikker er tilgængelige på websitet, Danmarks Statistik. Disse data kan hjælpe med at kortlægge problemfeltets omfang og give indsigt det i projektet som nemlig er teknologiens rolle i samfundet. (Harboe, T., 2006, s. 33) Disse forarbejdede tal skal bruges til at give overblik over det nuværende problem for samfundet. Statistikken "*danskerne er blevet mindre bekymrede for at udlevere persondata til facebook og co.*" (Engmann, T., S., 2019)

Diskussion af metode

I dette afsnit vil der diskuteres på baggrund af de valgte metoder og hvilke alternative metoder der kunne have været benyttet i forhold til projektet. Da projektet havde en begrænset tidsfrist, var det ikke muligt at indsamle sekundær empiri hvilket resulteret i, at gruppen har været nødsaget til at benytte eksisterende empiri. Den kvantitative metode, herunder sekundær empiri, er udarbejdet ved at etablere et overblik over problemets omfang. (Harboe, T., 2006, s. 33) For at udfører dette vil det være nødvendigt at udvikle et gennemtænkt spørgeskema som skal besvares gennem en fokusgruppe bestående af flere respondenter. Disse data skal derefter analyseres for at teste på generaliserbarheden. (Harboe, T., 2006, s. 34) De kvantitative data skal ses som række "*hårde data*" hvorfor det derfor er relevant at benytte sig af spørgeskema og lign.

Den kvalitative metode, herunder sekundære empiri udtænkes således metoden vil bestå af færre respondenter for en mere uddybende evaluering. Dette vil blandt andet medfører til at samtalen undervejs kan foregå sideløbende for at forny indsamlingen af data for en eventuel bredere forståelse af emnet. (Harboe, T., 2006, s. 32-33) Den kvalitative data skal ses som en række "*bløde data*" da der løbende kan ændres i spørgsmålene hvorfor det derfor vil være nødvendigt at have en levende dialog mellem interviewer og informanten.

Processen i SDSM-modellen vil løbende evalueres hvor der til sidst vil produceres en prototype af det endelige produkt. Her vil der være fokus på om produktet og designet er brugervenligt. Hvis ikke, skal der redigeres inden det endelige produkt bliver produceret.

Delkonklusion af metode

Flere forskellige metoder er anvendt til at kunne besvare vores problemformulering. De primære kilder har været sekundærer, dette er valgt på baggrund af tiden vi har haft til projektet og den eksisterende indsamlede empiri var vurderet til at kunne besvare problemformuleringen.

Vi har anvendt kvalitative metoder i form af en podcast, hvor diskussionen omkring data etik var emnet. Derudover har vi også benyttet statistikker fra Danmarks Statistik til at kunne understøtte vores påstande omkring bekymringer fra borgere og datasikkerhed.

Analyse

Fremgangsmåde

I dette afsnit vil der analyseres på baggrund af den indsamlede empiri og teori for at kunne analysere os frem til hvordan problemformuleringen og problemstillingen kan besvares fyldestgørende. Analysen vil følge den kronologiske rækkefølge i problemstillingen. Analysen vil blandt andet indeholde tidligere anvendte teorier som er benyttet i projektet, samt tekstafsnitter fra metodeafsnittet. Derudover er der anvendt et forarbejdet interview som er udarbejdet af Dataklubben.dk, for at få flere perspektiver ind i SDSM-modellens proces til at øge læsevenligheden. Efter analysen af interviewet, vil der komme en forklaring om den udviklede platform, Persondata Tracker, som er lavet ved hjælp af en prototype for at danne et visuelt billede. Der vil blive forklaret om prototypens forskellige funktionaliteter samt en bindende forklaring til SDSM-modellen da der er taget udgangspunkt i denne model. Før analyseprocessen, vil der være en kort informativ beskrivelse af selve problematikken i det danske samfund. For at give et overblik over data forbruget i Danmark vil der ved hjælp af datasæt og statistikker skrives om teknologiens funktionalitet og rolle for samfundet.

Perspektivering af SDSM og Empiri

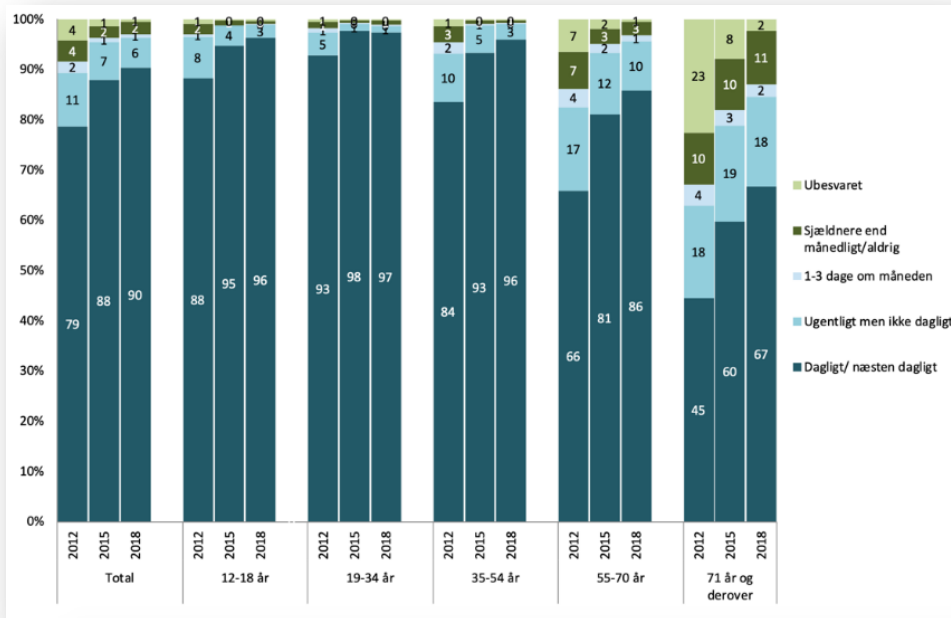
I dette afsnit vil vores empiri blive brugt til at løse de udfordringer de danske borgere oplever med deres persondata. Vores sekundære data vil blive perspektiveret mod SDSM-modellen, dette vil gøres ved at bruge forskellige citater og statistikker til at understøtte SDSM-modellen. Til sidst skulle det gerne ende ud med et teknologisk artefakt.

SDSM-step 1

Identificering af det specifikke problem

Det første der er nødvendigt i SDSM er at identificere det overordnede problem (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Der er flere og flere danskere der bruger internettet dagligt eller næsten dagligt ifølge en undersøgelse fra Gallup. På søjlediagrammet kan man se hvordan der er sket en stigning af danskernes internettet forbrug fra 2012 til 2018 er det steget med 11 procent. (Kulturministeriet, Slots- og Kulturstyrelsen, 2019)

(Hvor ofte benytter den danske internet-befolkning internettet? Brudt ned på alder. Hyppighed af brug i %, 2012, 2015 og 2018.)



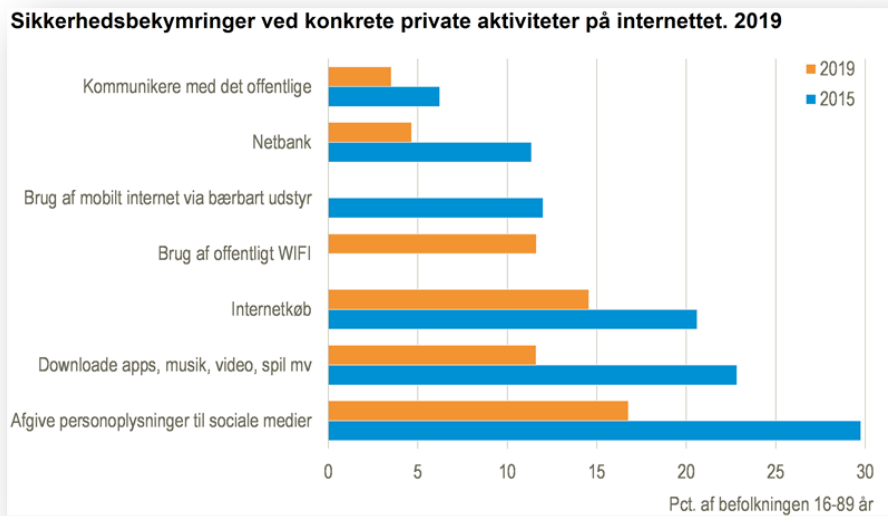
Denne udvikling ser ikke ud til at falde i den nærmeste fremtid, derfor vil vi gerne lave en løsning der simpel og brugervenlig. Løsningen skal benyttes af borgere i alle aldre, da det er folk over 71 år der også gøre brug af internettet. Det skal være let at finde frem til de informationer man leder efter.

Flere millioner mennesker bruger i dag deres forskellige sociale medier til at kommunikere med hinanden online, dette er typisk gratis, det eneste det kræver er en internetforbindelse. Men er det i virkeligheden gratis? – det er der flere som argumenterer imod bl.a. Zuboff med dette citat:

” If it’s free, then you are the product” (Zuboff, S., 2019)

Det er gratis indtil vi som borgere giver Facebook, twitter og andre sociale medier adgang til vores metadata. Metadata er de data som fortæller mest om os, især vores personlige præferencer.

Mange borgere har faldende bekymring for hvad deres data bliver brugt til, men der er stadig 15% af befolkningen som har svært ved at afgive deres personoplysninger på sociale medier (Danmarks Statistik, 2019, *Falske emails fylder i indbakken*). Dette betyder at problemet er i bedring men vurderingen er stadig at 15% er et højt tal.



Derfor lyder det identificerede overordnede problem således: *”Hvordan kan vi give borgerne et overblik over deres egne metadata og hvordan kan de selv kontrollere dem?”*

SDSM-step 2

De specifikke krav

Efter at have identificeret problemet, er det nødvendigt at udpensle udfordringerne således at man identificere problemerne der ligger til grund for det overordnede problem (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Dette er nødvendigt i forhold til at løse det overordnede. Det blev gjort ved at den interne-projektgruppe sad ned og diskuterede hvilke andre problemer der var tilknyttet det overordnede.

Med hjælp fra vejledere, sparring mellem andre grupper og eksterne kilder blev følgende to specifikke krav defineret:

1. Det er nødvendigt at give borgerne et overblik over hvor deres personlige data kunne lagres og hvordan disse data kan udnyttes af organisationer.
2. Det er nødvendigt at give borgerne oplysninger om hvordan disse persondata kan håndteres samt give dem en hjælpende hånd til at tage ejerskab over dem.

SDSM-step 3

Det generelle problem

Efter at have identificeret det specifikke problem er det også interessant at se på om der er lignende problemer som eksisterer. Dette gøres ved at udforske andre emner som læner sig op ad det specifikke problem i dette projekt (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Eksisterende forskning kaldes i denne sammenhæng for '*generelle problemer*'. Ved at undersøge markedet blev det hurtigt klart at projektets problem er tæt knyttet til problemer der vedrører GDPR.

Ift. førstnævnte så er GDPR nemlig blevet en lovgivning som giver borgerne nogle rettigheder i forhold til deres egne data, samtidig giver det også organisationer som holder på persondata nogle afgrænsninger.

Man må f.eks. som organisation ikke lagre data som man ikke har samtykke til og er forpligtiget til at fjerne data som ikke er relevant længere. Det kunne f.eks. være en fagforening der skulle slette data 10 år tilbage i tid fra tidligere medlemmer. Hvis der blev kørt revision på en organisation om man fandt brud på GDPR kan det give høje bøder. (GDPR.dk, 2019)

SDSM-step 4a

Udforskning af generelle komponenter til løsningen

I denne fase er det nødvendigt at undersøge det eksisterende marked, for at se om der allerede var løsninger til problemet (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Det kan konkluderes at det er begrænsede løsninger til at løse problemet, der findes dog nogle løsninger som delvist kan hjælpe borgere med at få noget viden om deres personlige data på sociale medier og noget viden om brugen af disse.

En af løsningerne er en App kaldet *SocialSafe*. Denne app giver brugerne mulighed for at tracke deres billedopslag på tværs af sociale medier som Facebook, Twitter og Instagram. På den måde kan brugerne fjerne de billeder de har af sig selv og filetere det fra der ikke ønskes. Dog lever appen ikke helt op til kravene om at give brugere mulighed for at kontrollere andet end billeder på sociale medier, der mangler mulighed for at håndtere andre data end billeder alene. Derudover begrænses appen også til at kunne kontakte organisationer som ikke er et socialt medie. Der mangler mulighed for at kontakte organisationer som har rå-data af forskellige former også skal det være alle organisationer såsom, fagforeninger, teleselskaber, forsikringer samt politiske organisationer.

En anden metode er at benytte best practice hjemmesider som giver borgerne mulighed for at følge nogle eksperters rådgivning til hvordan man agere på sociale medier. Her kan man f.eks. få råd til hvordan man online marketing virksomheder arbejder og hvordan de benytter personlige data, på den måde kan man komme organisationer i forkøbet og forbygge at ens data bliver udnyttet. Denne fremgangsmåde er meget informativ, og forudsætter at man er meget selv-disciplineret på sociale medier og ikke den 'dovne' borger mulighed for nemt at tage kontrollen over sine egne data.

Der findes flere forskellige løsninger, dog er det vurderet at disse eksisterende løsninger i større grad giver inspiration til en anden løsning end rent faktisk at løse denne problemstilling. Det er nemlig essentielt at det er nemt for brugerne at få et overblik over deres egne data og samtidig give dem mulighed for at tage kontrol over dem på en nem måde.

SDSM-step 4b

Imperativ logik

I Soft DSR taler man om 'imperativ logik' her handler det om at inddele sin løsning i flere dele (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Outputtet af de overstående eksisterende løsninger og er endt ud en løsning der i imperative termer kan koges ned på:

1. Udviklingen af en platform som er let tilgængelig for borgere og kan hentes gratis.
2. Platformen skal give borgerne adgang til information der fortæller dem om hvordan deres data skal håndteres.
3. Platformen skal give borgerne mulighed for at brugerne kan tage ejerskab over deres egne data på en hurtig og brugervenlig måde.

SDSM-step 5

Sammenligning af generelle krav og det specifikke problem

I dette afsnit vil de generelle krav blive sammenlignet med det specifikke problem for at se om problemet bliver elimineret af de generelle krav (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Det er også en metode til at finde ud af om der er huller i løsningen som skal afdækkes. For at kunne sammenligne bedst muligt er der opstillet en tabel hvor de specifikke krav fra step 2 er sidestillet med de generelle krav fra step 4.

Step 2: Det specifikke problem	Step 4: De generelle krav
<p>1. Det er nødvendigt at give borgerne et overblik over hvor deres personlige data kunne lagres og hvordan disse data kan udnyttes af organisationer.</p> <p>2. Det er nødvendigt at give borgerne oplysninger om hvordan disse persondata kan håndteres samt give dem en hjælpende hånd til at tage ejerskab over dem.</p>	<p>1. Udviklingen af en Mobil applikation som er let tilgængelig for borgere og kan hentes gratis.</p> <p>2. Platform skal give borgerne adgang til information der fortæller dem om hvordan deres data skal håndteres.</p> <p>3. Platform skal give borgerne mulighed for at brugerne kan tage ejerskab over deres egne data på en hurtig og brugervenlig måde.</p>

Som det kan ses, er der en sammenhæng imellem punkt 1 i det specifikke problem om at det er nødvendigt at give borgerne et overblik over (hvor deres data lagres) og punkt 2 i de generelle krav som omhandler at platform skal give brugerne (adgang til information) om hvordan deres data håndteres.

Det andet punkt i de specifikke problemer som omhandler (give borgerne en hjælpende hånd) bliver løst ved at platformen kan (give dem specifikke råd og konsultation til egne data). På den måde hjælpes borgeren med at deres personlige data håndteres og på den måde tages der ejerskab over egne data.

SDSM-step 6

Udforskning af den specifikke løsning

Da det er besluttet af det skal være en platform der løser problemet, er det derfor nødvendigt at finde ud af hvordan man i virkeligheden udvikler en platform som er et Teknologisk Artefakt (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Efter at have udforsket, kan det siges at der er flere måder at udvikle en platform på.

Den ene af modellerne er vandfaldsmodellen som er en klassisk model der bruges til at udvikle større It-systemer. Denne model handler om at dele udviklingen ud i faste faser hvor det er klart og defineret hvad man skal i faserne. Det er en sekventiel model som betyder at man udfører aktiviteterne i en bestemt rækkefølge. (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009, *Udforskning af den specifikke løsning*)

Dog er modellen ikke særlig god ift. fleksibilitet og det er ikke muligt at gå tilbage i faserne. Det betyder at det ikke er så hensigtsmæssigt at ændre kravspecifikationen da den ikke er designet til at gå tilbage i faserne. Mindre ændringer vil betyde at man skal starte helt forfra og definere platformen om igen. En anden metode er en agile metode, som f.eks. Prototyping metoden. Ved agile metoder er fordelene at man kan arbejde med iterationer og kan lave en hurtig prototype, det er ikke uhensigtsmæssigt at gå tilbage i faserne og brugerne bliver meget mere involveret fordi de hele tiden skal evaluere og tage stilling til udkastet til et teknologisk artefakt (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009)

Et af ulemperne ved den agile metode er at det kræver rigtig meget engagement fra de forskellige aktører i projektet. Hvilket betyder at de skal dedikere tid til at være aktive, i store projekter kan dette godt være dyrt og tage lang tid at få leveret det endelige produkt. Ved nærmere analyse er det besluttet at den agile metode er den agile, og inden for den agile metode er det valgt at det skal være Prototyping. Dette skyldes det formål at have et håndgribeligt teknologisk artefakt som brugerne kan tage stilling til. Derudover er det nemmere at få testet den løsning der er udviklet tidligt i fasen på den måde, vil vi være i stand til at have noget klar inden for kort tid.

I step 7 vil selve løsningen blive beskrevet, her er det valgt at Prototyping bliver brugt som framework.

SDSM-step 7

Udvikling af løsning

Efter valget af metoden Prototyping, vil dette step indeholde en hypotetisk gennemgang af hvordan den mobile applikation kan udvikles (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009). Processen vil tage udgangspunkt i den agile metode, Prototyping og samtidig komme ind på funktionalitet og brug af platformen

Den Digitale Platform

Løsningen

Vi har valgt at lave en prototype af en platform, som skal gøre det muligt for den danske befolkning at forstå og sikre deres personoplysninger.

På vores platforms forside, som I kan finde under bilag 4, har vi lavet en bjælke øverst hvor der er placeret tre felter. Der er et felt som vi har kaldt ”om os” i dette felt forklarer vi hvem ’vi’ er, hvad vores vision og mission er med denne hjemmeside. Dernæst har vi et felt vi har kaldt ”tracking”, i dette felt giver vi en uddybning af hvad lokation og browser tracking er. I det sidste felt har vi ”kontroller din data”, her kan man få en forklaring på hvad du selv kan gøre for at komme i besiddelse af data diverse organisationer og virksomheder har om dig. Midt på vores forside har vi vores logo og ikon placeret og nederst på siden har vi en guide ”5 trin til din sikkerhed” under denne overskrift har vi listet de omtalte 5 trin man kan klikke ind på og finde yderlig information.

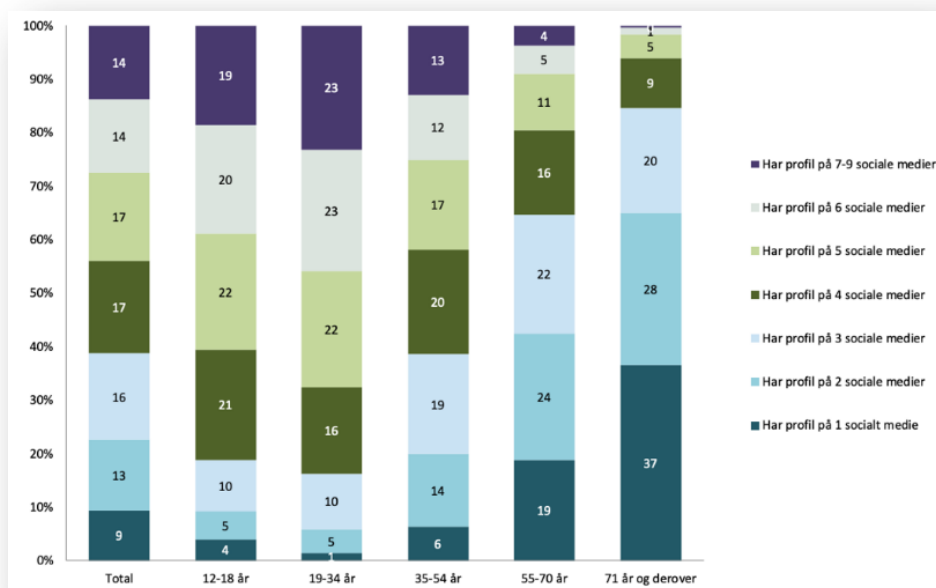
Vi har valgt at kalde det første felt for ”*Det er irrelevant for mig jeg skjuler ikke noget?*”, se bilag 5. En stor del af den danske befolkning har ikke styr på deres data, mere specifikt er det hele 60 procent af danskerne der ikke ved hvilke af deres personfølsomme oplysninger der bliver indsamlet, det viser en undersøgelse fra 2018. (”Danskerne har ikke styr på deres data”, 2018) Derfor er det vigtigt at give de danske forbrugere en forklaring på, hvorfor det er så vigtigt at interessere sig for hvad ens persondata bliver brugt til, da deres informationer kan ende i hænderne på de forkerte og blive brugt til markedsføring eller i værste fald blive solgt videre til en tredjepart. I det bilag vi har henvist til en funktion der er et eksempel på hvad folk kunne sige for ikke at ville interessere sig for dataindsamling.

Det andet felt har vi valgt at kalde for ”*Hvad er digitale fodspor?*”. Flere danskere er blevet bevidste om deres digitale spor, da deres fremstilling af dem selv og deres liv kan have indflydelse på deres fremtid. En EU-dom afgjorde tilbage i 2014, at Google skal slette informationer hvis de får en henvendelse fra en borger bosat i EU eller i EØS, da oplysningerne kan være en krænkelse af deres

privatliv. ("Danskere er blevet mere bevidste om deres digitale spor", 2016) Denne dom har gjort at flere EU og EØS-borgere har valgt at få fjernet store dele af deres digitale fodspor. Dog er disse såkaldte spor med til at forme en profil af dig, som kan give organisationer og virksomheder indsigt i dit liv, derfor mener vi at der fortsat skal være fokus på dette emne, da der kan være fodspor der fortsat ligger om en på internettet, uden man er bevidst om det, som kan krænke ens privatliv.

Det tredje felt har vi valgt at kalde for "Hvor meget ved vi om dig?", når de digitale spor er blevet efterladt, bliver de opsamlet og man har ikke længere kontrollen, kontrollen er endt i hænderne på andre, de kan være gemt på diverse servere som ikke sletter oplysningerne foreløbig. En undersøgelse fra Gallup har vist at den danske borger i gennemsnit har 4-5 profiler på diverse sociale medier, det vil sige at der er en del SoMe kanaler der sidder inde med dine personfølsomme oplysninger. (Kulturministeriet, Slots- og Kulturstyrelsen, 2019, Mediernes udvikling)

Antal sociale medier, som de danske brugere af sociale medier (12 år og derover) har en profil på, andel i %, 2018

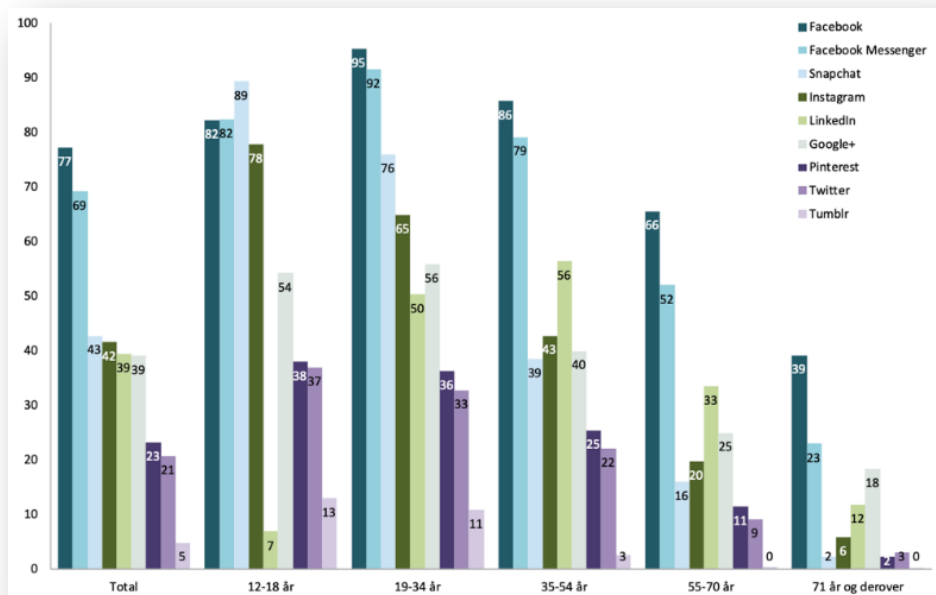


Det fjerde felt har fået navnet "Kan man anonymiserer sin data?", se bilag 6, det er en svær opgave fuldstændig at anonymisere data, da de fleste elektroniske enheder har en IP-adresse. Under dette felt har vi givet vores brugere af platformen en forklaring på, hvad man normalt ser som indlysende ting at fjerne ikke altid er nok for at kunne anonymisere data. Men det man selv kan gøre er at kontakte de organisationer og virksomheder man er eller har været kunde hos og få dem til at slette al

information på en. Dette er noget virksomhederne i EU og EØS skal efterleve da det indgår i EU lovgivningen databeskyttelsesforordningen også kaldet GDPR.

Det femte og sidste felt har vi kaldt ”*Få kontrollen over din data tilbage*”, se bilag 7. Hvis vi tager udgangspunkt i de SoMe platforme der er de mest anvendt ifølge en undersøgelse lavet af Gallup, kan vi se at Facebook ligger som klar nummer et med hele 77 procent, derefter kommer Messenger med 69 procent, snapchat med 43 procent, Instagram med 42 og så videre. (Kulturministeriet, Slots- og Kulturstyrelsen, 2019, Mediernes udvikling)

Andel af befolkningen (12 år og derover med adgang til internettet), der har profil på navngivne sociale medier, brudt ned på alder. Andel i %, 2018



Det man kan gøre for at kontrollere sin data er for eksempel ved at ændre ens indstillinger, installere add-ons for at blokere tracker og prøv på at holde din data ude af organisationer og virksomheders hænder.

Prototyping

Vores hovedfokus har været på at gøre vores platform mere informativ, brugervenlig og simpel, da vores platform skal ramme et bredt segment, ifølge en undersøgelse lavet i 2016 viste at 93 procent af den danske befolkning i alderen 16 til 89 år har adgang til internettet i deres hjem. ("Internetbrug og enheder: Slots- og Kulturstyrelsen", 2019) Vi har gjort os en masse overvejelser omkring vores platform og hvordan den ville kunne komme til at fungere. Vi har i tankerne at den skal testes hos en række eksperter om noget af det første, ændre de ting ved vores platform som måske skal forbedres.

Derefter kunne man afprøve den i mindre grupper af 5-6 personer, i alle aldre, for at vurdere om den brugervenlighed og informative kvalitet vi mener vores platform tilbyder også passer, så vil vi vurdere vores prototype endnu en gang. Til sidste i processen vil vi så udvikle platformen til de digitale enheder vi finder mest relevante for vores produkt og til slut vil den så blive lanceret i fællesskab med Borger.dk eller Datatilsynet, da vi har vurderet at disse to statsstyret hjemmesider giver den troværdighed til vores produkt som det mangler, for at få den danske befolkning til at anvender vores hjælpeværktøj.

Prototyping begynder typisk efter at design-research delen er gennemført, altså efter at man har identificeret behovet og forberedt design af det teknologiske artefakt. For dette projekts vedkommende blev SDSM modellen anvendt til at identificere behovet. Før der bruges penge på at udvikle et artefakt, ide eller produkt er det ifølge denne proces, rationelt at teste artefaktet først, ideen eller produktet af for at se om det lever op til den forventede standard. Der skal testes for at være sikker på at artefaktet er brugervenligt og hjælper med at dække det ønskede behov (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009, s. 2.2). Ved at udvikle en prototype, udvikles der en billigere version af det endelige produkt. Dette kan visualiseres med papir modellering, app, website eller software. For at lave en god prototype er det nødvendigt at indsætte alle de tænkte digitale funktioner ind for at brugeren kan relatere til det endelige produkt (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009, s. 2.2).

Efter prototypen er bygget færdigt, skal det testes i en fokusgruppe. I denne del af Prototyping, skal der justeres på de sidste ting som eventuelt mangler, dette er en iterativ proces hvor man går frem og tilbage i processen indtil det endelige produkt er klar. Her man typisk finde en brugergruppe der kan interagere med produktet, udforske dens funktionalitet, og om brugerne finder produktet nemt at forstå (Baskerville, R., Pries-Heje, J., Venable, J., 2009, s. 2.2).

Delkonklusion af analyse

Vi kom frem til at Soft DSR har kunne identificere et problem som resulterede i at Borgerne havde udfordringer med at holde styr på deres personlige data. Dette betød at de ikke vidste hvordan de blev benyttet af organisationer, men og hvordan de selv kunne tage ejerskab over dem.

Det resulterede i en løsning der udvikles baseret på den agile metode Prototyping. Den digitale platform er en informativ platform som indeholder information der gør hverdagen nemmere for borgere der bekymrer sig om deres egne persondata.

Diskussion

Persondata er et stort emne, det er et meget omdiskuteret emne og mange mennesker har en holdning til dette emne, da det er inde og berører ens personsfære da det er personfølsomme informationer. Databeskyttelsesforordningen har været en kæmpe faktor når det kommer til dette emne. Projektet har undersøgt den danske borgers forbrug af internettet, sociale medier, deres kendskab til digitaldataindsamling og meget mere. Vi har på baggrund af redegørelsen fundet frem til at største delen af Danmarks befolkning er bekymret for deres sikkerhed på internettet.

Ud fra de teorier og metoder vi har inkluderet i vores projekt, kan vi vurdere at dataindsamling er et stort problem i store dele af verden, det er nok også en af grundene til vi den 25. maj 2018 fik en ny EU-lovgivning der gælder for lande der er mellem af EU og EØS. Med sådan en lovgivning har man udtrykt at der skal ske ændre omkring dette emne, man ser i højere grad misbrug af persondata, flere og flere bliver udsat for identitets tyveri, dette er en mulighed, da der ikke førhen har været ført nok kontrol med organisationer og virksomheders håndtering af persondata.

Ud fra vores analyse er det også tydeligt at der er brug for en platform i samarbejde med troværdige statsstyrret hjemmesider, der giver troværdighed, så de danske borger/forbrugere har en specifik platform at gå til hvis de er i tvivl om deres sikkerhed og hvad de selv kan gøre aktivt i kampen mod persondataindsamling.

Denne platform har en udfordring i hele tiden at være opdateret, da der hele tiden sker ændringer, teknologien er underkonstant udvikling og diverse organisationer arbejder på højtryk for at udfordre den nye EU-lovgivning. Vi skal også være opmærksomme på at vores platform ikke har nogle brister i forhold udefra kommende aktivitet på vores platform. Virksomheden Cambridge Analytica har tjent penge på at udforme og indsamle profiler af den menige borger, dette understreger det store marked der er i at indsamle personfølsomme oplysninger.

Konklusion

Baseret på vores problemformulering omkring:

”Hvordan kan vi hjælpe danskere med at blive bedre informeret om de mange spørgsmål der er omkring digital dataindsamling?”

Kan det konkluderes at en digital platform skal hjælpe borgerene med at *blive bedre informeret* omkring emnet persondata. Dette bliver løst ved hjælp af den funktionalitet der er i den digitale platform ”5 trin til din sikkerhed”. Her forsøger vi at give borgerne 5 feltområder hvorpå de kan blive informeret om bl.a. hvem der kan sidde inde med deres person data, og hvordan organisationer benytter dem til at påvirke dem. På den måde bliver borgerene opmærksomme på organisationernes fremgangsmåde således at de selv kan forbygge at blive udnyttet, hvis det er det de ønsker.

Det var nødvendigt at fortage en analyse af problemet for at kunne identificere en løsning der skulle eliminere det. Det gjorde vi ved hjælp af SDSM-modellen hvor vi gennemgik 7 steps der var med til at identificere systemer, aktørerne og artefakter der til sammen kunne løse problemet. Overordnet set kan det ved hjælp af SDSM konkluderes at der er 2 specifikke problemer såsom:

(1) Det er nødvendigt at give borgerne et overblik over hvor deres personlige data kunne lagres og hvordan disse data kan udnyttes af organisationer. (2) Det er nødvendigt at give borgerne oplysninger om hvordan disse persondata kan håndteres samt give dem en hjælpende hånd til at tage ejerskab over dem.

De overstående identificerede problemer var med til at konkludere at det var nødvendigt at udvikle en digital platform. Dette kan løses ved hjælp af modellen Prototyping, hvor vi hypotetisk har gennemgået hvordan en Fokusgruppe og Datatilsynet kan inddrages i en iterativ proces i en agil model, hurtigt og billigt kan udvikle prototypen til det ønskede teknologiske artefakt.

Dermed kan det konkluderes at arbejdsspørgsmål 4 omkring *”Hvordan kan vi oplyse danskerne bedst muligt?”* sige at det er en digital platform som er informativ der oplyser danskerne bedst mulig.

I forhold til det andet spørgsmål *”Hvordan kan vi gøre vores platform brugervenlig?”* kan det konkluderes at Prototyping metoden løser dette problem. Prototyping forudsætter at brugerne er tæt involveret og hele tiden skal tage stilling til brugervenligheden, i og med at modellen er iterativ kan

det argumenteres at det først er når brugerne er tilfredse med brugervenligheden at selve løsningen kan implementeres.

Ud fra teoriafsnittet kan det konkluderes at teorierne DSR og SSM kan anvendes til at identificere et problem og dernæst sætte rammerne for en løsning. Da DSR og SSM har to forskellige tilgange til at analysere et problem og vi har ønske om at anvende elementer fra begge modeller er vi faldet på valget af SDSM, hvor vi får en kombination af begge modeller i én. Modellen indeholder flere faser, derudover kan man supplere den med modellen Prototyping, som benyttes efter SDSM-modellen hvor det endelige produkt skal udvikles.

Ud fra Shoshna Zuboff, Van Dijck og Lisbeth Knudsen har vi kunne konkludere at emnet omkring persondata er et meget bredt og flere-nuanceret område. Begreber såsom *Datafication* er nævnt, her fandt vi ud af at der benyttes algoritmer til at målretter kampagner imod det menige borger. En anden ting er *Data Etik* her er et nyt begreb fundet, man taler nu om etik omkring persondata hvor organisationer ikke overholde gængse regler som beskytter den menige borger imod udnyttelse af deres persondata.

Det har det været nødvendigt at finde eksisterende sekundærer statistikker og interviews fortaget af andre end os selv for at understøtte projektets endelige formål om at besvare problemfeltet. Baseret på problem spørgsmål 3:

”Hvilke redskaber kan vi gøre brug af for at fortælle problemerne ved dataindsamling?”

Ud fra overstående spørgsmål kan det konkluderes at vi ved hjælp af sekundærer data kan besvare hvordan de menige borgere kan tage ejerskab over sine data og hvordan de kan hjælpes til at håndtere situationer hvor de er i tvivl om deres rettigheder. Som sekundærer kilder er der anvendt flere forskellige typer af kilder.

I den kvantitative metode er der benyttet statistikker fortaget af Danmarks Statistik, her er der søgt på statistikker der har relation til datasikkerhed og borgerens opmærksomhed på dette. Derudover er der også søgt på statistikker omkring borgerens forhold til sociale medier og betydningen af dette i deres hverdag.

I den kvalitative metoder er der benyttet en podcast fortaget af Inspari som er et konsulenthus specialiseret i data. Afsnittet omhandler data etik og informanten i Podcasten besvarer spørgsmål omkring data etik og overvågning i samfundet. Dette interview har givet os et dybere indblik i emnet og hjulpet os med at identificere behov for en endelig løsning.

Litteraturliste

Primær litteratur:

Bøger

1. Dijck, J. v. & Poell, T. . (2013) *Understanding Social Media Logic* . Turfdraggsterpad 9, 1012 VT Amsterdam, The Netherlands: Department of Mediastudies, University of Amsterdam.
2. Harboe, Thomas. (2006) *Indføring i samfundsvidenskabelig metode*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur, pp. 31-39.
3. Kann-Rasmussen, N. & Balling, G. (2017) *Endelig! Historien om en tiltrængt public service succes*. Københavns Universitet: Nordisk Tidsskrift for Informationsvidenskab og Kulturformidling.
4. Richterich, Annika . (2018) *The Big Data Agenda*. 115 Cavendish Street: University of Westminster Press.
5. Simonsen, J. & Bærenholdt, J. O. & Büscher, M. & Scheuer, J. D. (2010) *Design Research*. 270 Madison Avenue, New York, NY 10016: Routledge - Taylor & Francis e-Library.
6. Zuboff, Shoshana . (2019) *THE AGE OF SURVEILLANCE CAPITALISM - The fight for a human futur at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.

Sekundær litteratur:

Internet

1. (13/08/2019). *dst.dk. falske emails fylder i indbakken*. Fundet [12/11/2019]. På [<https://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=28912#>].
2. (2017). kulturministeriet. *INTERNETBRUG OG ENHEDER 2017*. Fundet [03/11/2019]. På [<https://mediernesudvikling.slks.dk/2017/internetbrug-og-enheder/>].
3. (2018). Contractbook.com. *Hvad er dataetik?*. Fundet [10/12/2019]. På [https://contractbook.com/kontraktguiden/dataetik?fbclid=IwAR0k7Nyd0a_jCw3Gx35MJk_BN6fC0tFyYZForB_qqIuMc6gydUZX9gx74U].
4. (2018). SuperOffice. *Hvad er GDPR, og hvad betyder det for din virksomhed?*. Fundet [01/11/2019]. På [Super Office, 2018, *Hvad er GDPR, og hvad betyder det for din virksomhed?*].
5. (2018). kulturministeriet. *BRUG AF SOCIALE MEDIER I 2018*. Fundet [04/11/2019]. På [<https://mediernesudvikling.slks.dk/2018/kort-nyt/brug-af-sociale-medier-i-2018/>].

6. (2019). Datatilsynet . *Big data, markedsføring og profilering*. Fundet [03/11/2019]. På [<https://www.datatilsynet.dk/emner/big-data-profilering-og-markedsfoering/>].
7. (2019). Datatilsynet . *Databeskyttelsesloven*. Fundet [04/11/2019]. På [<https://www.datatilsynet.dk/generelt-om-databeskyttelse/lovgivning/>].
8. (2019). GDPR.dk. *Den nye persondataforordning*. Fundet [02/12/2019]. På [<https://gdpr.dk/persondataforordningen/>].
9. (2019). GDPR.dk. *Hvad er GDPR*. Fundet [03/12/2019]. På [<https://gdpr.dk/>].
10. (30/08/2018). Fyens.dk. *Danskerne har ikke styr på deres data*. Fundet [03/11/2019]. På [[https://fyens.dk/artikel/danskerne-har-ikke-styr-p%C3%A5-deres-data-2018-8-30\(8\)](https://fyens.dk/artikel/danskerne-har-ikke-styr-p%C3%A5-deres-data-2018-8-30(8))].
11. Clement, J. (07/10/2019). Online Privacy. *Online privacy - Statistics & Facts*. Fundet [02/12/2019]. På [<https://www.statista.com/topics/2476/online-privacy/>].
12. Engmann, T. S. (14/10/2019). dst.dk. *danskerne er blevet mindre bekymrede for at udlevere persondata til facebook og co..* Fundet [12/11/2019]. På [<https://www.dst.dk/da/Statistik/bagtal/2019/2019-10-14-danskerne-er-blevet-mindre-bekymrede-for-at-udlevere>].
13. Hardenberg, E., Lehmann, C. Lange, B. N. . (21/03/2018). DR. *Overblik: Sådan fik - og brugte - Cambridge Analytica 50 millioner profiler*. Fundet [01/11/2019]. På [<https://www.dr.dk/nyheder/viden/teknologi/overblik-saadan-fik-og-brugte-cambridge-analytica-50-millioner-profiler>].
14. Knudsen, G. F. (29/10/2019). dst.dk. *Brud på it-sikkerhed i 27 pct. af store virksomheder*. Fundet [03/12/2019]. På [<https://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=33418>].
15. Knudsen, Lisbeth. (16/11/2018). Altinget.dk. *Lisbeth Knudsen: Kampen om den digitale verdensorden starter nu*. Fundet [20/11/2019]. På [https://www.alinget.dk/artikel/lisbeth-knudsen-kampen-om-den-digitale-verdensorden-starter-nu?fbclid=IwAR3d9_ywC7FTiHZZ2_N65I5AWmFDVpnEnRygL-cm97eHSpDYXBw-5rxds_M].
16. Knudsen, Lisbeth. (30/12/2018). Mediebloggen.dk. *2019: kompasnålen skal stå på tillid - både i politik og erhvervsliv*. Fundet [10/12/2019]. På [<https://www.mediebloggen.dk>].
17. Naughton, John. (13/08/2019). Information. *Teknologi skaber ikke ulighed, men giver uligheden gode vækstbetingelser*. Fundet [04/11/2019]. På [<https://www.information.dk/john-naughton>].
18. (2018). Data Justice Lab. *exploring social justice in an age of datafication*. Fundet [16/12/19]. På [<https://datajusticelab.org/>].

19. Krasnik, Benjamin . (10/05/2016). Kristligt Dagblad. *Danskere er blevet mere bevidste om deres digitale spor*. Fundet [03/12/2019]. På [<https://www.kristeligt-dagblad.dk/danmark/mange-oensker-blive-glemt-paa-nettet>].
20. (19/04/2018). data use policy. *datapolitik*. Fundet [10/12/2019]. På [https://www.facebook.com/full_data_use_policy].
21. Rich, K. L. (2013). Ethics. *Introduction in Ethics*. Fundet [03/11/2019]. På [https://samples.jbpub.com/9781449649005/22183_CH01_Pass3.pdf].

WEB Artikler

1. Preis-Heje, J. & Venable, J. & Baskerville, R. (2014) Soft Design Science Methodology: *PDF*, 2014.
2. Baskerville, R. & Pries-Heje, J. & Venable, J. (2009) Soft Design Science Methodology: *ResearchGate*, 2009. på https://www.researchgate.net/profile/Richard_Baskerville/publication/201168800_Soft_design_science_methodology/links/00b7d5227519e2effe000000/Soft-design-science-methodology.pdf.
3. Ekspertgruppen om dataetik, Erhvervsministeret. (2018) Data i menneskets tjeneste: *Ekspertgruppen om Dataetik*, 2018. på <https://em.dk/media/12191/ekspertgruppens-afrapportering-inkl-anbefalinger.pdf>.

Interview

1. Knudsen, Lisbeth. (2019). Dataklubben.dk. [Slå lyttelapperne ud, der er dataetik i klubben]. *Inspari.dk*, 2019.