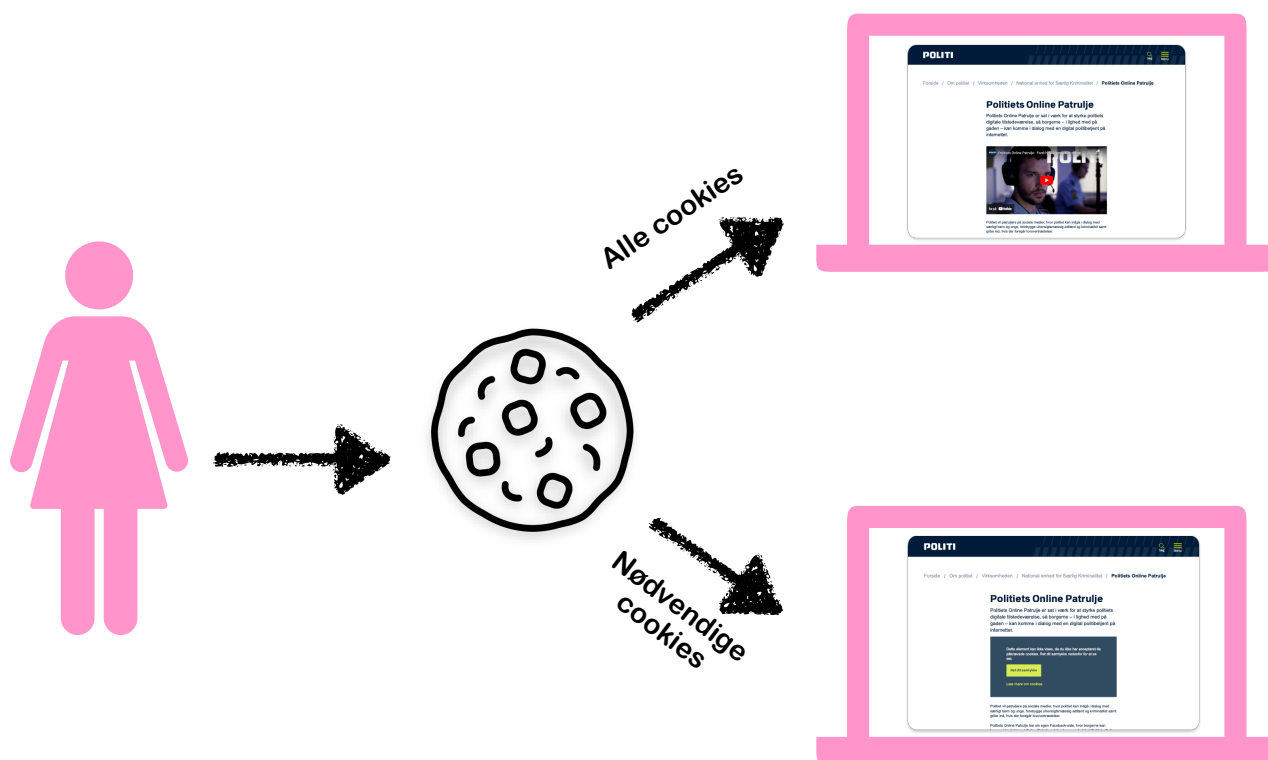


# COOKIES



## Roskilde Universitet

### Humanistisk-Teknologisk Bachelorprojekt

Vejleder:

Michael Haldrup Pedersen

Gruppe: S2325625349

Christine Van Wulffeld, 71998, [cvanw@ruc.dk](mailto:cvanw@ruc.dk)

Laura Sofie Juel Nielsen, 72005, [lsjn@ruc.dk](mailto:lsjn@ruc.dk)

Antal anslag: 91059

F2023

# Abstract

With the increasing use of digital platforms and services, the collection of data has become more prevalent. Our engagement with these digital services leaves behind a digital footprint, containing information related to our preferences, behavioral patterns, interests, and personal data. The collection of digital data occurs through the technology of cookies. Cookies are an essential internet technology that provides crucial functions for websites and enables personalized content delivery.

This research project adopts a postphenomenological approach to investigate how internet users interact with cookies and the implications of their cookie choices. This project aims to analyze the impact of cookies on users' website experiences and website functionalities. Through a combination of surveys, observations, interviews and casestudy, the project strives to provide a detailed insight into the influence of cookies on users and websites. Additionally, the study discusses how websites fit into the business model of surveillance capitalism.

# Indholdsfortegnelse

Begrebsafklaring	4
1. Indledning	5
1.1 Problemfelt	5
1.2 Problemformulering	6
1.3 Arbejdsspørgsmål	6
1.4 Afgræsning	6
2. Fagdimensioner	8
2.1 Subjektivitet, Teknologi & Samfund	8
2.2 Teknologiske Systemer og Artefakter	8
2.3 Design og Konstruktion	8
3. Metode	9
3.1 Videnskabsteoretisk tilgang	9
3.2 Kvantitative metoder	9
3.3 Kvalitative metoder	10
3.4 Casestudie	12
4. Teori	15
4.1 Overvågningkapitalisme	15
4.2 Postfænomenologi	16
4.3 Cookies	19
4.5 Politiet, Danmarks Radio og Ekstra Bladets cookie-politik	24
5. Analyse	27
5.1 Behandling af spørgeskema	27
5.2 Casestudie af domænerne	32
5.3 Behandling af deltagerobservation kombineret med interview	39
6. Diskussion	45
6.1 Overvågningskapitalisme	45
6.2 Teknologisk Mediering	47
7. Konklusion	50
Litteraturliste	51

## Begrebsafklaring

**Big data:** Big data er enorme mængder komplekse data. Disse data er karakteriseret ved deres omfang, hastighed og mangfoldighed. Dataen indsamles f.eks. gennem sociale platforme.

**Brugere:** Referer til individer når de tilgår digitale enheder.

**Cookie:** Data udgjort af tekstfiler, der gemmes på brugerens enhed.

**Cookie-samtykke:** Burgerens samtykke i henhold til cookies.

**Domæne:** Område på et netværk, på internettet er det ofte navngivet så afspejler navnet på organisationen mm. der råder over området. Dette er f.eks Dr.dk, politi.dk og Ekstrabladet.dk.

**Hjemmeside:** Referer til en side indenfor et domæne.

**Interface:** Grænsefladen mellem computer og menneske.

**Lagring:** Opbevare noget.

**Praksis:** Den måde som en person handler på.

**Pop-up boks:** Visuel boks på hjemmesiden, hvor brugeren skal afgive samtykke til cookies.

**Tredjepart:** Indebærer leverandører og samarbejde med andre virksomheder.

# 1. Indledning

I den digitale tidsalder har teknologiske fremskridt og den massive udbredelse af internettet ført til en dramatisk forøgelse af vores online-aktiviteter. I takt med at vi bruger flere digitale platforme og tjenester, ser vi også en stigende grad af dataindsamling. Når vi bruger digitale tjenester efterlader vi et digitalt fingeraftryk som indeholder oplysninger om vores adfærdsmønstre, interesser samt personlige oplysninger. Dette ses også i en undersøgelse foretaget af Analyse og Tal i samarbejde med Dataetisk råd, hvor de har indhentet digitale data fra 8 forsøgspersoner. Resultatet viser, at de *"kan holde et digitalt spejlbillede op foran dem, der viser deres bevægelsesmønstre, døgnrytme, relationer, arbejdsliv, interesser, smag, tanker, drømme og store ændringer i livet."* (Analyse & Tal, 2023, s. 12).

## 1.1 Problemfelt

Når vi besøger hjemmesider eller bruger digitale tjenester, bliver vi mødt med pop-up bokse, der beder om vores accept af cookies. Cookies er blevet en integreret del af brugerens internetoplevelse og har stor indflydelse på hvordan brugere interagerer med hjemmesider og hvordan personlig data bliver indsamlet. Denne dataindsamling har bl.a. til formål at målrette indhold og reklamer på hjemmesider og digitale tjenester. Dette er blevet en forretningsmodel, som Shoshana Zuboff kalder for Overvågningskapitalisme (Zuboff, 2019). Men hvad betyder det egentlig, og hvad er konsekvenserne for brugerne?

Overvågningskapitalisme beskriver at data bliver indsamlet, analyseret og anvendt til at opbygge detaljerede profiler af brugerne. Ved at kende os bedre end vi kender os selv, kan virksomheder målrette reklamer, tilpasse indhold og forudsige vores handlinger for at maksimere deres indtjening. Det kan være fordelagtigt for brugeren da virksomheder viser personaliseret indhold, således at brugeren får vist indhold de sandsynligvis vil finde interessant. Dette kan f.eks. være tilbud på et produkt du tidligere har søgt på eller en forsikring som passer til dig. Modsat har overvågningskapitalisme skabt bekymringer, da de færreste brugere kender til omfanget af dataindsamlingen, hvordan deres oplysninger bliver brugt og hvordan dataen kan blive anvendt mod brugerne til virksomhedernes egen interesse. Dette kan f.eks. være at virksomheder bruger dataen til at ændre brugernes adfærd (Zuboff, 2019).

Dette projekt vil afdække hvordan brugere navigerer på hjemmesider iht. cookies. Yderligere afdækkes hvordan hjemmesider tilpasser deres indhold og funktionaliteter baseret på brugerens

cookie-samtykke. Vi vil undersøge, hvordan brugernes viden om dataindsamling og forskellige samtykkeformer påvirker den personlige oplevelse af domænerne. Dette undersøges med udgangspunkt i udvalgte hjemmesider på Politiet, Danmarks Radio og Ekstra Bladets domæner. Her sammenlignes tilgængelige og utilgængelige funktioner ved accept af kun nødvendige cookies og accept af alle cookies. Derudover undersøges brugerens oplevelse og viden om cookies ved at observere og interviewe dem mens de navigerer på domænerne.

## **1.2 Problemformulering**

Hvordan forholder brugere sig til cookies på hjemmesider og hvilken betydning har deres valg af cookies?

## **1.3 Arbejdsspørgsmål**

- Hvordan forholder brugere sig til cookie?
- Hvordan påvirker valget af cookies hjemmesiders funktionaliteter?
- Hvordan navigerer brugere på hjemmesider i de dilemmaer de står overfor?
- Hvordan indgår Politiet, Danmarks Radio og Ekstrabladet i overvågningskapitalismens forretningsmodel?
- Hvordan kan relationen mellem bruger, hjemmeside og cookies forstås ud fra Don Ihdes kategorisering af teknologisk relationer?

## **1.4 Afgræsning**

Ifm. udarbejdelse af projektet, har vi foretaget en række afgræsninger. Dette skyldes både projektets omfang samt relevansen iht. problemformulering. Projektet fokuserer på hvordan brugere navigerer på hjemmesider og hvordan cookies påvirker denne praksis. Vi har derfor afgrænset projektet fra at inddrage virksomheders perspektiv på cookies. Herunder hvilken viden de har om cookies og hvad deres formål er. Derudover afgrænses etiske perspektiver på cookies og vi undersøger dermed ikke etiske dilemmaer iht. cookies og dataindsamling.

Yderligere har vi foretaget metodiske afgræsninger, både i vores valg af metoder samt hvordan disse er udført. Vi har afgrænset casestudiet og deltagerobservationen til at undersøge 3 forskellige domæner, da vi ønsker en dybdegående viden om hvert domæne, fremfor en overordnet viden om mange domæner. I forlængelse af dette, afgrænser vi til at undersøge betydningen af at give samtykke til kun nødvendige og alle cookies på de udvalgte domæner. Årsagen er at vi forinden vidste, at den største forandring forekom ved disse to samtykkeerklæringer.

Afslutningsvis, afgrænser vi os fra at inddrage hvordan domænerne anvender nudging iht. cookie pop-up boksene. Dette skyldes, at vi ikke ønsker at undersøge hvordan teknologien kan anvendes til nudging.

## **2. Fagdimensioner**

I følgende afsnit vil vi kort beskrive de 3 faglige dimensioner i den humanistiske-teknologiske bachelor samt hvordan de indgår i projektet.

### **2.1 Subjektivitet, Teknologi & Samfund**

Fagdimensionen fokuserer på relationer mellem teknologier, mennesker og samfund og undersøger sammenhænge mellem dette ved humanvidenskabelige teorier og metoder. Subjektivitet, Teknologi og Samfund er projektets primære fagdimension, da den undersøger relationen mellem brugeren, cookies og samfundet. Det er et studie i hvordan cookies påvirker brugernes oplevelse af hjemmesider, samt hvordan fænomenet relateres til en samfundsmæssige kontekst. Dette er undersøgt ved at anvende på humanvidenskabelige metoder og teorier.

### **2.2 Teknologiske Systemer og Artefakter**

Fagdimensionen fokuserer på konstruktionen af teknologiske systemer og artefakter og trækker på teorier og begreber indenfor den tekniske videnskab. Dimensionen indgår som en vigtig del af projekts beskrivelse af teknologien. For at forstå relationen mellem cookies, menneske og samfund inddrages et teknisk perspektiv. Dette perspektiv bidrager med en beskrivelse af det større sammenhængende teknologiske system som cookies indgår i, hvor systemets artefakter beskrives for at kunne forstå teknologien cookies. Det er igennem systemet at cookies får en funktion og gennem denne funktion opstår der en relation til mennesket.

### **2.3 Design og Konstruktion**

Fagdimensionen fokuserer på udvikling og evaluering af systemer, processer og artefakter. I projektet analyseres hjemmesider, som anvender cookies. Cookies er allerede designet og konstrueret. I projektet analyserer vi dermed hvordan cookies konstruerer funktionaliteter på de udvalgte domæner, samt hvilken betydning designet har for brugeres oplevelse af hjemmesiderne. Vi analysere derved noget der er designet men henblik på at bidrage med viden til hvordan designet fungerer.



### **3. Metode**

I følgende afsnit beskrives projektets videnskabsteoretiske tilgang, samt metoderne som anvendes i projektet. Først vil vi redegøre for projektets videnskabsteoretiske tilgang. Dernæst vil vi beskrive den kvantitative metode; spørgeskema. Afslutningsvis vil vi beskrive de kvalitative metoder; interview, deltagerobservation og casestudie.

#### **3.1 Videnskabsteoretisk tilgang**

Vi har valgt at den videnskabsteoretiske tilgang i projektet er postfænomenologi. Centralt for postfænomenologisk vidensdannelse, er undersøgelse af et fænomen og relationen mellem subjekt, teknologi og verden. Her undersøges hvordan teknologien påvirker måden hvorpå verdenen fremtræder for subjektet. Projektet undersøger hvordan cookies medierer brugeres oplevelse af hjemmesider, hvor postfænomenologi muliggør at vi kan anskue dette som et fænomen. Yderligere fokuserer postfænomenologi på at afdække “hvordan” et fænomen fremtræder fremfor “hvorfor”, hvilket ligeledes ses på projektets problemformulering. Projektets ontologiske felt er fænomenet cookies på hjemmesider. Hvor dets epistemologiske felt er casestudiet og tilhørende forskningsmetoder; Deltagerobservation, Interview og spørgeskema. I postfænomenologi er det vigtigt at den undersøgende part undersøger fænomenet med en objektiv tilgang (Rosenberger & Verbeek, 2015).

#### **3.2 Kvantitative metoder**

I projektet anvendes den kvantitative metode spørgeskema, som beskrives i afsnit 3.2.1 Spørgeskema.

##### **3.2.1 Spørgeskema**

Spørgeskema anvendes til at få information, om dét der undersøges (Hansen et al., 2008). I dette projekt anvendes metoden, til at give et overordnet indblik i det fænomen, problemformuleringen undersøger.

Ved udarbejdelse af spørgeskema er forarbejdet vigtigt, da man oftes kun har én mulighed for at sende sit spørgeskema ud. Forarbejdet indebærer overvejelser om, hvad man ønsker at undersøge, hvad man ønsker at vide mere om samt hvor mange mennesker man ønsker at spørge.

Yderligere er det vigtigt at overveje spørgsmålenes længde, kompleksitet og antal af svarmuligheder. I helhed skal spørgeskemaet være overskueligt for respondenterne (Hansen et al., 2008).

Ved anvendelse af metoden spørgeskema, kan der udarbejdes en stikprøve. Dette forekommer som resultat af at man ikke har mulighed eller behov for at spørge alle om det undersøgende felt. Dermed kan man udarbejde en repræsentativ stikprøve, hvor repræsentativt betyder "*at den gruppe mennesker, der deltager i ens undersøgelse, udgør et miniaturebillede af den større gruppe, man gerne vil kunne sige noget om*" (Hansen et al., 2008, s.41). Repræsentativitet handler dermed om at gruppen af respondenter skal ligne og repræsentere den målgruppe man ønsker at få viden om. Dog forekommer der statistisk usikkerhed. Ved statistisk usikkerhed refereres til, at man ikke kan være sikker på et fænomens udbredelse, medmindre man har spurgt alle i undersøgelsespopulationen. Ved at spørge et udvalg, vil der altid være en risiko for at man kan tage fejl. Dermed handler usikkerheden også om, om man ville få andre svar, hvis udvalget havde været en anden gruppe (Hansen et al., 2008).

Spørgeskemaundersøgelsen giver adgang til en stor mængde viden, da den inddrager svar fra mange mennesker og er derved fordelagtig til at få viden om hvor udbredt et fænomen er.

Det kan være fordelagtigt at supplere spørgeskema med den kvalitative metode interview. Dette skyldes, at personlige interviews kan være mere informative, og endvidere mere givende end mængden af standardiserede spørgeskemaer. Som tommelfingerregel skal man have svar fra mellem 30-50 mennesker, før et spørgeskema er brugbart. Hvis dette ikke er muligt, vil kvalitative interviews være mere fordelagtige at anvende i sådan en situation (Hansen et al., 2008).

### **3.3 Kvalitative metoder**

I følgende afsnit beskrives de kvalitative metoder; interview, deltagerobservation og casestudie, som anvendes i projektet.

#### **3.3.1 Interview**

Et interview kan beskrives som "*en aktiv interaktion mellem to eller flere personer, der leder til socialt forhandlede kontekstuelte baserede svar.*" (Brinkmann & Tanggaard, 2010, s. 30). Baggrunden for at udføre et interview er, at få interviewpersonens oplevelser af forskellige fænomener, hvor målet er at få informationer så tæt på interviewpersonens oplevelser. Det er

relevant at pointere, at forskeren aldrig kan gengive den helt præcise oplevelse som interviewpersonen forklare om i interviewet. Et interview giver mulighed for, at forskeren kan få indblik i individuelle menneskers forståelse af specifikke begivenheder, fænomener eller situationer, ud fra hvordan disse specifikke mennesker ser verdenen. Dette muliggør, at forskeren kan fremskaffe en relevant og detaljeret analyse, ud fra en begrænset mængde menneskers oplevelser af specifikke situationer og/eller begivenheder (Brinkmann & Tanggaard, 2010).

Antallet af interviewpersoner anslås efter interviewprojektets rammer, varighed og ressourcer. Et mindre projekt såsom et studenterprojekt, vil der typisk indgå 3-5 interviewpersoner. (Brinkmann & Tanggaard, 2010).

### **3.3.1.1 Semistrukturerede interview**

Det semistrukturerede interview anses som den metode indenfor interview, som oftes anvendes i modernes interviewforskning. Interviewet foregår som en interaktion mellem forskeren og interviewpersonen. I denne interaktion har forskeren spørgsmål og/eller tematikker som er forudarbejdet og skrevet i en planlagt interview guide. Det semistrukturerede interview tillader at forskeren kan afvige fra interview guiden og kan stille nye spørgsmål undervejs i interaktionen. Dermed kræver det semistrukturerede interview, at forskeren har lavet et forarbejde. Ved at have gennemført et forarbejde og undersøgt litteraturstudier på forhånd, har forskeren en god baggrundsviden til at stille relevante spørgsmål (Brinkmann & Tanggaard, 2010).

Formålet med denne forskningsmetode er bl.a. at forskeren indsamler viden, holdninger og forståelse om menneskers oplevelser. Fordelen ved metoden er, at forskeren har mere fleksibilitet ved at have mulighed for at afvige fra interview guiden. Dermed kan forskeren stille nye og uddybende spørgsmål undervejs i interviewet, og opnå viden om tidligere ukendte problemer. Ulemperne ved metoden er, at forskeren kan stille ledende spørgsmål. Det kræver dermed opmærksomhed på, at bestemte spørgsmål leder til bestemte svar. Yderligere, kan det semistrukturerede interview være svært at generalisere, da forskellige forskere kan stille forskellige spørgsmål til interviewpersonerne (Wilson, 2013).

### **3.3.2 Deltagerobservation**

Deltagerobservation er en kvalitativ metode, hvorpå "*observatøren bliver del af den arbejdsgruppe, hvis arbejde studeres*" (Bødker et al., 2008, s. 273). Vi som forskere prøver dermed at forstå de

mennersker, der er en del af arbejdsgruppens sociale adfærd. Udvælgelsen af arbejdsgruppen er, de mennesker, som observatøren har et ønske om at forså nærmere (Kristiansen & Krogstrup, 1999). Processen for observation kan opdeles i 3 trin; forberedelse, gennemførelse og efterarbejdning. Forberedelsen indebærer en klar og tydelig enighed om hvem og hvad der skal observeres. Derudover skal projektgruppen være klar over, hvordan resultaterne skal benyttes fremadrettet. Gennemførelses trinnet indebærer, selve gennemførelsen af deltagerobservationen. Efterarbejdningen indebærer at observatøren reflekterer over iagttagelser samt at notere disse (Bødker et al., 2008).

Da forskeren indgår som en del af det undersøgende felt, kræver metoden at forskeren kan skifte mellem rollerne; at indgå i det undersøgende felt som deltager, begå sig som forsker og være neutral for at kunne registrere det observerede (Hovmand & Præstegaard, 2002).

### **3.3.3 Deltagerobservation i kombination med interview**

Vi har valgt at anvende deltagerobservation kombineret med interview. Fordelen ved denne kombination er, at vi som observatører kan deltage i observationerne samtidigt med at vi kan stille spørgsmål. Disse spørgsmål kan være udarbejdet på forhånd eller dukke op undervejs i observationen. Dette vil medføre at vi som forskere får en mere dybdegående information om, hvordan deltagerne interagerer med cookies og hvorvidt deltagerne forholder sig til de forskellige cookies samtykker. Derudover bidrager kombinationen af disse metoder til at vi, gennem deltagerobservation, får informationer om hvilke handlinger deltageren reelt foretager samt viden om interaktionen der forekommer. Dertil kan vi gennem interview få informationer om deltagerens motiver, følelser og forklaring bag de handlinger vi observerer (Hovmand & Præstegaard, 2002).

### **3.4 Casestudie**

Casestudie er en empirisk forskningsmetode, som anvendes til udførelse af detaljeret og dybdegående undersøgele af en individuel enhed, indenfor et bestemt fænomen. Afgræsning af casestudiet er derved relevant, da afgræsning af undersøgelsesfeltet muliggør den detaljerende og dybdegående undersøgelse (Flyvbjerg, 2010; Yin, 2017; Aalborg Universitet, 2021). Yderligere undersøges det afgrænsede fænomen i den kontekst hvori fænomenet optræder, hvilket medfører at casestudie er en metode som generer kontekstafhængig viden. Empirien indhentet ved casestudie bør derved sættes i relation til dens kontekst og omgivelser den befinder sig i (Flyvbjerg, 2010).

Metodisk kan casestudiet udføres ved både kvalitative og kvantitative metoder, hvor den detaljerede og dybdegående undersøgelser med fordel kan opnås ved at kombinere disse (Yin, 2017).

### 3.4.1 Kritik af casestudie

I kapitel “Fem Misforståelse om casestudiet” i bogen “Kvalitative Metoder: En grundbog” præsenterer Bent Flyvbjerg fem misforståelser om casestudie som videnskabelig metode. Disse misforståelser udspringer af generel kritik om casestudiet, hvor han i kapitlet argumenterer imod denne kritik. I følgende afsnit vil vi fremhæve 3 misforståelser, som vi anser relevante for vores case studie.

Flyvbjerg beskriver en af misforståelser således “*Generelt, teoretisk (kontekstuaafhængig) viden er mere værdifuld end konkret, praktisk (kontekstafhængig) viden*” (Flyvbjerg, 2010, S. 465). I denne kritik modstilles kontekstafhængig og kontekstuaafhængig viden. Han argumenterer at i studier af mennesker og samfund er konkret og kontekstbunden viden, mere værdifuld end forudsigende teorier og universelle begreber som generes ud fra kontekstuaafhængig viden.

Yderligere fremhæver han følgende misforståelse “*Casestudiet rummer en tendens til verifikation dvs. en tendens til at bekræfte forskerens forudfattede meninger*” (Flyvbjerg, 2010, S. 465). Denne kritik udspringer af argumentet, at kvalitative metoder har større rum til subjektivitet i modsætning til kvantitative metoder. Flyvbjerg pointerer at kritikken om forskerens subjektivitet, er gældende for både kvalitative og kvantitative metoder, og at casestudie derved ikke har mindre eller mere plads til subjektivitet. Derudover fremhæver Flyvbjerg at casestudiet er velegnet til falsifikation fremfor verifikation. Ved udførelse af dybdegående casestudier pointeres det, at forskeren tvinges til at revidere forudindtagelser og hypoteser (Flyvbjerg, 2010).

Afslutningsvis fremhæver Flyvbjerg kritikken “*Det er ofte vanskeligt at sammenfatte et konkret casestudie og at udvikle generelle teser og teorier på grundlag af dette*” (Flyvbjerg, 2010, S. 465). Flyvbjerg fremhæver hvorvidt generalisering er det ideelle mål. Han argumenterer for at casestudiet i sig selv er resultatet, og at det derved i mange tilfælde ikke er hensigtsmæssigt at generalisere casestudier. Casestudiet er videnskab i sig selv (Flyvbjerg, 2010).

### **3.4.2 Hvorfor casestudie i vores projekt?**

Projektet har en postfænomenologisk videnskabsteoretisk tilgang, og undersøger et fænomen. Casestudie som videnskabelig metode muliggør at vi kan foretage en detaljeret og dybdegående undersøgelse af cookies på hjemmesider - fænomenet. Anvendelse af casestudie medfører ligeledes at fænomenet undersøges ud fra konteksten fænomenet optræder i, og hvordan konteksten gensidigt påvirker teknologien og brugeren. I den postfænomenologiske tilgang afdækkes det hvordan fænomenet optræder. Dermed anses casestudiet som et resultat i sig selv, hvor vi ikke generaliserer ud fra casestudiet.

Derudover forekommer der også ulemper ved casestudiet. Vores fremtrædende overvejelser udspringer af kritikken fremhævet i ovenstående afsnit 3.4.1 Kritik af Casestudie. Vi bør som forskere være opmærksomme på vores subjektivitet, og de forudindtagelser vi medbringer ved udarbejdelsen og analysen af casestudiet. Dette kan resultere i overdrivelser og/eller underdrivelser af tematikker vi identificerer. Det er derfor vigtigt, at vi som forskere er åbne overfor at få falsificeret vores forudindtagelser.

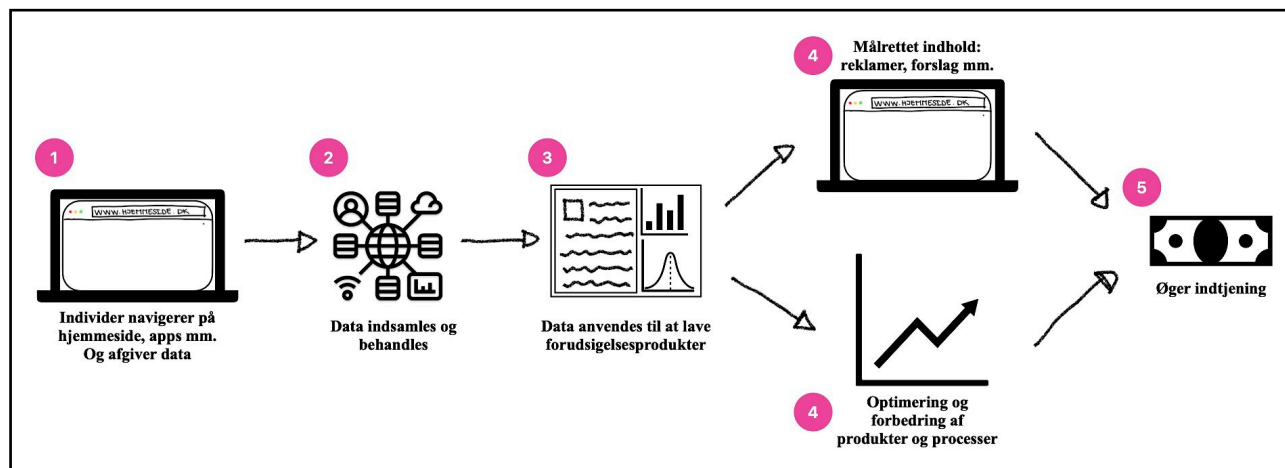
## 4. Teori

I følgende afsnit beskrives udvalgte teorier og relevante informationer. Først vil vi redegøre for overvågningskapitalisme. Derefter for postfænomenologi iht. teknologi forståelse og teknologisk mediering. Efterfølgende for cookies, det omkringliggende teknologiske system og kategoriseringer af cookies. Afslutningsvis vil vi redegøre for de udvalgte domæners cookie-politik.

### 4.1 Overvågningskapitalisme

I følgende afsnit anvendes tidligere bedømt materiale, hvortil der er foretaget relevant tilpasning. Materialet er fra semesterprojektet “Algoritmer og Film” udarbejdet på 3. Semester.

Brugere på internettet efterlader digitale data når de tilgår hjemmesider og andre digitale tjenester. Denne data indsamles og lagres, og anvendes til at udvikle modeller og analyser der kortlægger brugeres digitale adfærd (Kitchin, 2014). Dette er blevet en økonomisk forretningsmodel, hvor analyser af big data indtager en vigtig del af virksomheders optimering af processer, produkter og salg heraf. Forretningsmodellen er opstået i forlængelse af et nyt fremtrædende samfundsøkonomisk system, som Shoshana Zuboff definerer som Overvågningskapitalisme. Begrebet Overvågningskapitalisme introduceres af Zuboff i bogen “*The age of Surveillance Capitalism*”. Overvågningskapitalisme beskrives som en økonomisk forretningsmodel, hvor virksomheder indsamler og behandler data med et formål om at udarbejde modeller der analyserer og forudser brugernes adfærd. Dette refereres til som forudsigelsesprodukter. Disse produkter har til formål at forudsige hvad brugeren vil gøre på nuværende tidspunkt og i fremtiden. Forudsigelsesprodukter anvendes til at handle med andre virksomheder, der er interesserede i brugernes adfærd (Zuboff, 2019). Overvågningskapitalisme illustreres i nedenstående figur.



Figur 1: Overvågningskapitalisme

Modellen illustrerer (1) at brugeren afgiver deres data, når de tilgår og navigerer på hjemmesider og andre tjenester. (2) Denne data indsamles og behandles af virksomheder, til (3) at udvikle modeller om f.eks. brugernes adfærd, interesser og forudsigelsesprodukter. (4) Resultatet af modellerne og analyserne anvendes til en række forskellige formål. Herunder at personalisere og målrette indhold. Personaliseret og målrettet indhold er, når en hjemmeside eller andre digitale tjenester viser indhold, som er personaliseret til den specifikke bruger. Dette kan f.eks. være reklamer, indhold, artikler mm. Det personaliseret indhold er baseret på sandsynligheden for at den specifikke bruger vil interagere med indholdet. Derudover ses personaliseret og målrettet reklamer ved produkter som fremstår skræddersyet til den pågældende bruger. Dette kan f.eks. være et tilbud på en rejse til et land brugeren har vist interesse for, en forsikring der passer til brugeres boligforhold, en film der passer til brugerens humør mm. (5) Ved at indholdet er personaliseret til den specifikke bruger, er der større sandsynlighed for, at de f.eks. køber et produkt gennem en reklame, hvilket øger virksomhedens indtjening. Disse forudsigelsesprodukter er et centralt værktøj for mange virksomheder, da produkterne kan anvendes til at bibeholde og tiltrække kunder samt øge indtjeningen (Zuboff, 2019).

## **4.2 Postfænomenologi**

Videnskabsteorien "Postfænomenologi" udspringer af videnskabsteorien "Fænomenologi". Fænomenologi tager udgangspunkt i læren om fænomener, hvor det anses at videnskabens opgave er at undersøge hvordan fænomener fremtræder for subjektet og hvordan disse forankres i subjektets livsverden. Subjektet er mennesket, og livsverdenen dækker over menneskets forståelse af verden omkring sig. I fænomenologi er menneskets livsverden baseret på kropslige, sociale og kulturelle erfaringer, hvor det handler om hvordan vi som individer forstår verdenen baseret på viden, erfaringer og sanser. Dette betyder ligeledes at fænomener kan fremtræde på forskellige måder i forskellige kontekst (Rosenberger & Verbeek, 2015).

Postfænomenologi adskiller sig fra fænomenologi ved forståelsen af teknologi. Postfænomenologi anser, teknologi som medierene og referer til at noget virker imellem noget andet. Mediering forekommer i relationen mellem teknologi og subjekt. Det anses at teknologien medierer måden hvorpå livsverdenen fremtræder for subjektet. Ændringen i forståelsen af teknologi medfører også, at man indenfor postfænomenologi mener at mennesket har adgang til fænomener gennem den teknologiske mediering. Centralt for postfænomenologi er menneskelige og teknologiske relationer. Teknologien forstås ved at analysere karakteren af relationen, mennesket har med teknologien, og



hvordan denne relation påvirker menneskets livsverden. Relationerne undersøges ud fra princippet om, hvordan et fænomen fremtræder for subjektet. Menneskelige og teknologiske relationer er derved udgangspunktet for postfænomenologisk undersøgelse (Rosenberger & Verbeek, 2015).

#### 4.2.1 Forståelse af Teknologi

I bogen “Postphenomenological investigations: Essays on human–technology relations” i kapitel “A Field Guide to Postphenomenology” fremhæves det, at teoretikeren Don Ihde betvivlede hvorvidt man bør formulere en definition af begrebet “teknologi”. Han argumenterer at man bør referer til en minimaldefinition, da betydningen af teknologi afhænger af subjektet, livsverdenen og fænomenet. Ihde beskriver 3 komponenter, som minimaldefinitionen udgøres af. Disse komponenter er: materialitet, praksis og relationer (Rosenberger & Verbeek, 2015; Olesen et al., 2021). Materialitet indbefatter at der indgår materielle komponenter i teknologi, hvormed at en teknologi er helt eller delvist fremstillet i fysisk materiale. Hvorvidt materialitet bør indgå i definitionen af teknologi fremhæves af Finn Olesen, Mikkel Bille og Søren Riis i kapitlet “Postfænomenologi” i bogen “Videnskab, teknologi og samfund: En introduktion til STS”. Olesen, Bille og Riis pointerer at komponentet materialitet, er anvendeligt i nogle sammenhænge, men ikke i alle. Dette udspringer af at hvis man undersøger teknologien i sig selv, kan det være vanskeligt at identificere fysiske komponenter. Dette ses f.eks ved sociale teknologier. Ved sådan teknologier bør man derimod anskue teknologi ud fra et teknologisk system, hvoraf andre teknologier i dette system består af materielle komponenter. Derudover identificerer Ihde komponentet “Praksis”. Her refereres til at teknologi indgår i en samlet praksis, hvori teknologien anvendes af mennesket. Teknologien og brugeren påvirker gensidigt hinanden i den pågældende praksis. Afslutningsvis identificerer Ihde komponentet “Konkrete relationer”, som er relationen mellem teknologien og de mennesker der anvender, designer og modificere teknologien (Rosenberger & Verbeek, 2015; Olesen et al., 2021).

#### 4.2.2 Teknologiske Relationer

Teknologien medierer subjektets opfattelse af deres livsverden, hvortil Ihde har defineret fire relationstyper som kategoriserer former for mediering. Disse relationer ses i nedenstående figur.

Relationstyper	Beskrivelse
Legemliggjort	Teknologi er en del af vores kropslige erfaring af verden
Hermeneutisk	Teknologien er subjektets adgang til verden gennem teknologiens resultat
Andetheds	Teknologier som fremstår som et andet mennesket
Baggrunds	Teknologier som optræder som en del af subjektets omgivelser

### **Legemliggjort relation**

Legemliggjort relation referer til menneske-teknologisk relation, hvor brugeren udveksler kropslige relationer. Medieringen forekommer ved at teknologien omformer subjektets kropslige erfaringer med verden. Et klassisk eksempel på denne relation er teknologien briller, hvor brugeren efter tilvænningsperiode ser en omformet verden gennem brillerne. Brillerne er derved en del af brugerens erfaring af verden (Rosenberger & Verbeek, 2015).

### **Hermeneutisk relationer**

Den hermeneutiske relation tager udgangspunkt i sprogtolkning og oversættelse. Ihde anvender dette udgangspunkt til at beskrive teknologier som anvendes gennem en forståelse og fortolkning af teknologiens resultat. Brugeren erfarer verdenen som en transformeret oplevelse gennem fortolkning af teknologien. I denne relation anses teknologien som subjektets adgang til verden i et bestemt henseende. Dette er f.eks. gældende ved digitale display, digital ur og temperatur måler. Det er igennem brugerens forståelse og fortolkning af det sproglige resultat af teknologien, at de forstår verdenen (Rosenberger & Verbeek, 2015).

### **Andetheds relationer**

Andetheds relation handler om idéen om et form for interface, som næsten agerer som et menneske. Begrebet "Andethed" referer til interaktion med et andet menneske, hvor teknologen i denne relation kan fremstå som det andet mennesket. Et computerinterface er ofte skabt til at ligne formen på en samtale. Her ses det ofte at der forekommer "dialog bokse", som spørger en bruger om en handling. Interfacet tager derved en analogisk form overfor brugeren. Denne relation ses ved teknologier som GPS og applikationer på smarttelefoner (Rosenberger & Verbeek, 2015; Olesen et al., 2021).

### **Baggrunds relationer**

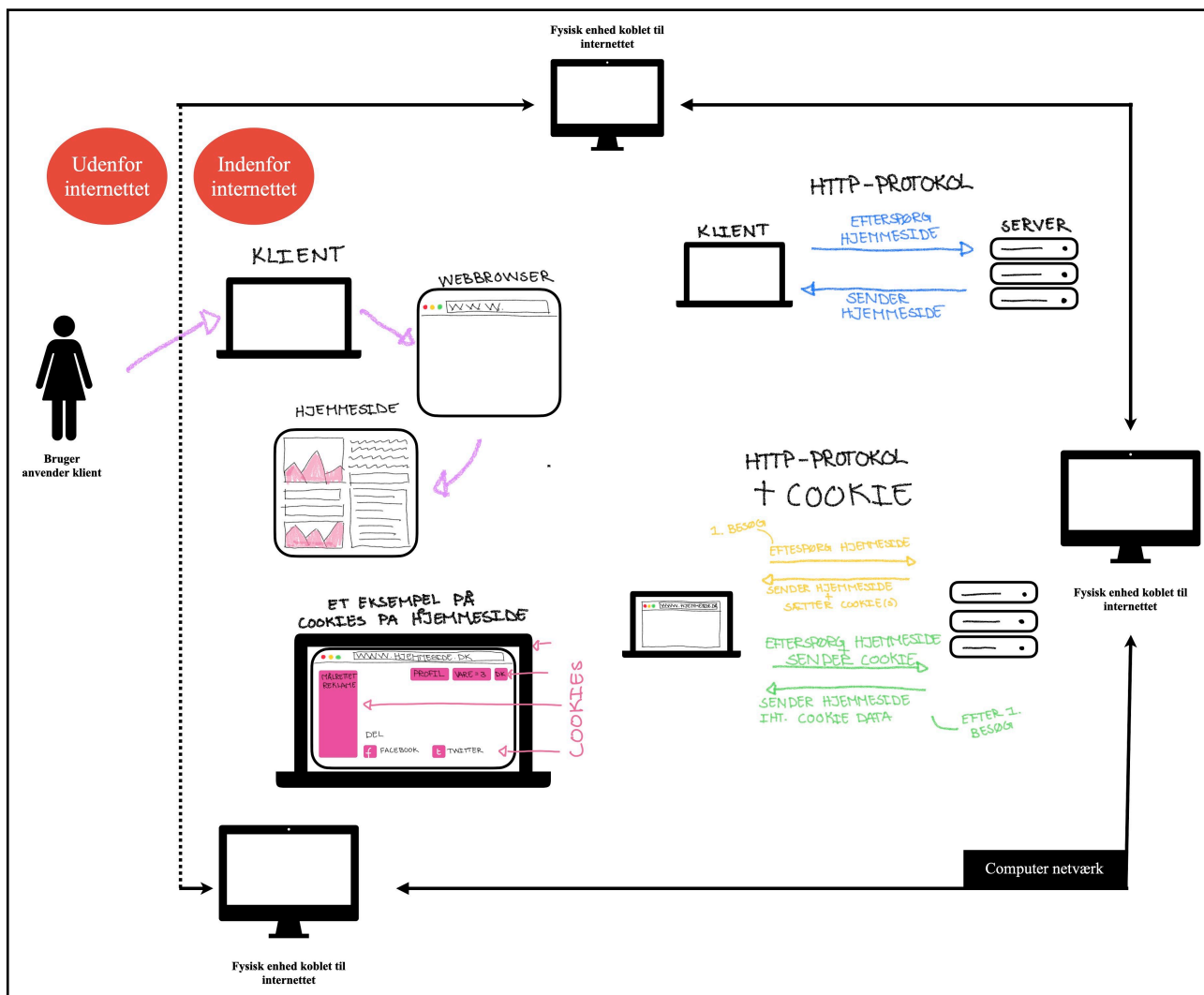
Baggrunds relationer udgør brugerens omgivelser og kendetegnes ved dets tilstedeværelse i baggrunden. Brugeren deler baggrundsrelation med teknologier som former subjektets omgivelser. Teknologien vil altid være en del af brugerens omgivelser, hvor brugeren kan vælge at interagere med den eller ej. Dette kan f.eks. være teknologien køleskab, hvor den sikre at maden er kold, uafhængig om brugeren interagerer med den. Teknologien indtager derved en tilstedeværelse i baggrunden for brugeren (Rosenberger & Verbeek, 2015; Olesen et al., 2021).

### **4.3 Cookies**

Teknologien cookies er data udgjort af tekstfiler, der gemmes på brugerens enhed, når brugeren besøger en hjemmeside eller anvender andre digitale tjenester. Enheden, også kaldet klienten, referer til den digitale enhed brugeren tilgår hjemmesiden eller andre digitale tjenester (Kumar, 2015). Cookies er i dag en standardmekanisme på hjemmesider til at gemme og huske oplysninger om brugeren. Teknologien anvendes til at hente teknisk data om enheden samt data om brugerens præferencer og/eller adfærd på den specifikke hjemmeside og på tværs af hjemmesider. Tekniske data er f.eks. enhedens styresystem og webbrowseren. Disse data er nødvendige for at hjemmesiden virker på den pågældende enhed. Derudover kan cookies indsamle data om brugerens adfærd på den pågældende hjemmeside og/eller på tværs af hjemmesider. Indsamling af brugerens adfærd har forskellige formål, såsom at forbedre brugeroplevelsen og personalisere hjemmesiden. Dette ses f.eks. ved at hjemmesiden husker hvorvidt brugeren er logget ind eller ikke. Yderligere kan formålet være at tilpasse reklamer samt at spore og analysere brugerens adfærd til markedsføringsformål (Nobahar, 2019; Kumar, 2015).

#### **4.3.1 Teknologisk system**

Cookies indgår i et teknologisk system, der samlet udgør brugerens mulighed for at navigere på internettet. Det teknologiske system indebærer bl.a. følgende teknologier: internettet, world wide web, webbrowser, hjemmeside, server, HTTP-protokol og database. Derudover forekommer der ikke tekniske aktører som er: brugeren, virksomheder, webstandarder og lovgivning (Kumar, 2015). Hvert komponent har egen funktion og denne funktion påvirker gensidigt de resterende komponenter i systemet. Følgende afsnit beskrives de teknologier som er fremtrædende i det teknologiske system cookies indgår i, når en bruger tilgår en hjemmeside. På nedenstående figur har vi grafisk illustreret det teknologiske system som cookies indgår i.



Figur 3: Cookies Teknologisk System

## Internettet og World Wide Web

Internettet er et verdensomspændende netværk af computer-netværker, der muliggør kommunikation mellem digitale enheder. Overordnet forekommer der to primære komponenter af internettet; Hardware enheder og netværksprotokoller. Hardware enheder indebærer alle enheder som tilgår internettet f.eks computere og servere. Netværksprotokoller muliggør kommunikation mellem enhederne tilkoblet internettet. Internettet forbindes ofte med "World Wide Web", hvilket også refereres til som "www" og/eller "web". Forskellen er at World Wide Web indbefatter teknologier som muliggør at informationer på internettet forbindes gennem links, dokumenter mm. Det er en kollektion af hjemmesider som indeholder informationer, delt gennem internettet. Internettet er infrastrukturen og World Wide Web er en service ovenpå internettet som samlet muliggør deling af informationer præsenteret på hjemmesider (Kumar, 2015).

## Web-browser og Hjemmeside

Teknologien webbrowser er grænsefladen mellem brugeren og internettet, hvor webbrowseren giver brugeren mulighed for at navigere og interagere med internettet på en brugervenlig måde. Webbrowseren er et software program som henter og præsenterer de efterspurgte informationer på world wide web, disse informationer præsenteres på en hjemmeside. Webbrowser indgår i det teknologiske system, da cookies lagres på enhedens webbrowser.

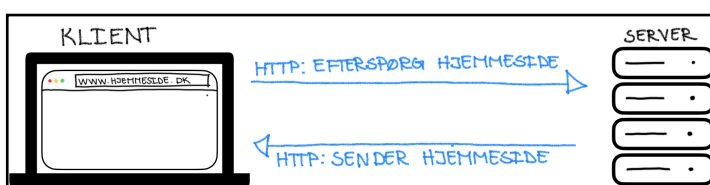
En hjemmeside er et digital dokument på World Wide Web som præsenterer informationer og funktionaliteter til brugeren ved en kombination af tekst, billeder, lyd og andre elementer. Hjemmesider tilgås og hentes gennem webbrowseren ved at angive hjemmesidens URL (Uniform Resource Locators). URL er hjemmesidens adresse og angiver hvor og hvordan hjemmesiden hentes fra serveren (Kumar, 2015).

## Server & Database

Teknologien server er en computer designet specifikt til at gemme og håndtere data samt processere enheder og systemer over internettet. Der eksistere forskellige typer af servere, hvoraf web- og databaseserver anvendes ifm. hjemmesider og cookies. Web-server er designet til til at håndtere hjemmesider og apps og har ansvaret for at gemme, processere og levere hjemmeside indhold til brugeren gennem webbrowseren. Database-servere tilbyder database tjenester, hvor brugere kan gemme, ændre og hente data. Data indsamlet gennem cookies, gemmes og hentes oftes fra en database-server (Kanade, 2023).

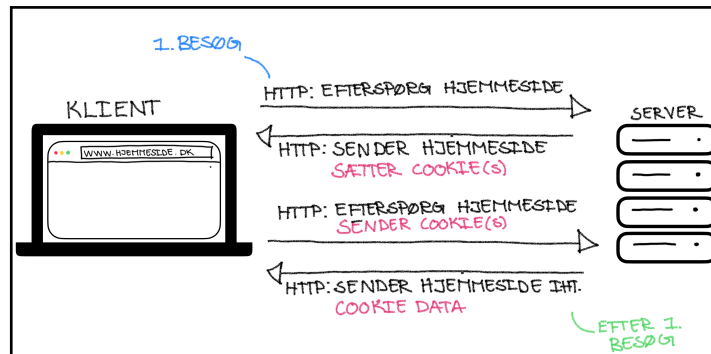
## Kommunikation mellem klient og server

Internettet og World Wide Web muliggør deling af informationer mellem enheder, hvor brugeren gennem en webbrowsere kan navigere og interagerer med disse informationer. Informationerne hentes fra én eller flere servere og præsenteres på en hjemmeside. Webbrowseren og serveren kommunikere gennem HTTP-protokollen (Hypertext Transfer Protocol). HTTP-protokollen igangsættes når en bruger efterspørg en hjemmeside, ved at indtaste en URL-adresse i webbrowseren (Kumar, 2015). HTTP Protokollen illustreres i nedenstående figur.



Figur 4: HTTP Protokol

HTTP protokollen består af en anmodning om én eller flere ressourcer, hvilket sendes fra klienten til serveren. En ressource kan f.eks. være en hjemmeside. Derefter sender serveren en respons tilbage til klienten, hvori den efterspurgte ressource (hjemmeside) er (Kumar, 2015). Det er i denne proces cookies genereres og hentes, dette illustreres på nedenstående figur.



Figur 5: HTTP Protokol med cookie(s)

Ved første besøg på en hjemmeside efterspørger klienten hjemmesiden, hvorefter serveren sender hjemmesiden tilbage og sætter cookies på klientens webbrowser. Hvis klienten besøger hjemmesiden igen, sendes en anmodning der efterspørger hjemmesiden, hvormed den/de pågældende cookie(s) gemt på webbrowseren sendes med anmodningen. Derefter sender serveren hjemmesiden til klienten iht. dataen i cookies (Kumar, 2015).

#### 4.4 Kategorisering af cookies

Cookiebekendtgørelsen har formålet ”at beskytte slutbrugere mod uretmæssig lagring af oplysninger eller opnåelse af adgang til oplysninger, der allerede er lagret, i slutbrugerens terminaludstyr” (Cookiebekendtgørelsen, 2011, §1). Ifølge cookiebekendtgørelsen §2 punkt 8 samt §3 fremgår det at brugeren frivilligt skal give sit samtykke, før at hjemmesiderne må lagre oplysninger eller tilgå de allerede lagrede oplysninger på brugerens enhed (Cookiebekendtgørelsen, 2011). Derudover er der krav til et samtykke. Disse krav skal overholdes, før samtykket erkendes gyldigt. Kravene er f.eks. at brugeren bliver informeret om formålet med indsamlingen og lagringen af dataen, at samtykket gives ved en aktiv handling og at brugeren skal have mulighed for at afvise eller accepterer cookies (Erhvervsstyrelsen, 2019a).

Cookies opdeles i fire kategorier som myndighederne i Danmark definerer med følgende begreber; tekniske-, statistiske-, personaliseret- og markedsføringscookies (GDPR.DK, s.d.). Ud fra disse kategorier, er det nødvendigt at indhente samtykke og informere brugeren til alle, bortset fra de tekniske cookies. (Erhvervsstyrelsen, 2019a).

#### **4.4.1 Tekniske cookies**

Hjemmesider anvender tekniske cookies til at de nødvendige funktioner på hjemmesiden fungerer. De nødvendige cookies anvendes så længe en bruger befinder sig på hjemmesiden, hvorefter de slettes fra brugerens enhed. Dette refereres til en session. Disse cookies anvendes f.eks. til at huske om en bruger er logget ind på en hjemmeside eller om en bruger har lagt produkter i en virtuel indkøbskurv. De nødvendige cookies indsamler dermed ikke informationer, men kan huske en brugers session, således at en bruger ikke behøver at ligge tingene i sin virtuelle indkøbskurv, hver gang brugeren klikker på en ny side på domænet (Erhvervsstyrelsen, 2019a; GDPR.DK, s.d.).

#### **4.4.2 Statistisk cookies**

Hjemmesideejereren anvender de statistiske cookies med det formål at optimere deres design, brugervenlighed og hjemmesidens effektivitet. De statistiske cookies er f.eks. antal klik på produkter. Ved at have viden om hvordan brugerne anvender hjemmesiderne, har hjemmesideejereren mulighed for at forbedre deres design og imødekomme brugernes behov (Erhvervsstyrelsen, 2019a; GDPR.DK, s.d.).

#### **4.4.3 Personaliserede cookies**

De personaliserede cookies anvendes til at overvåge brugernes adfærd på hjemmesiden, således at hjemmesiden kan tilpasses brugerens interesser, mens de befinder sig på siden. Personaliserede cookies indsamler dermed brugernes digitale adfærd, deres interesser, søgninger mm., og anvender dataen til at fremvise personaliseret indhold til brugeren på hjemmesiden. Derudover kan de personaliserede cookies også anvendes til at huske brugernavne til diverse domæner, f.eks. Facebook, således at dette ikke skal indtastes hver gang brugeren ønsker at logge ind. Afslutningsvis, har disse cookies en længere levetid end de tekniske cookies. Levetiden kan f.eks. være 1 år hvorimod tekniske cookies slettes efter brugeren afslutter besøget (Erhvervsstyrelsen, 2019a; GDPR.DK, s.d.).

#### **4.4.4 Markedsføringscookies**

Markedsføringscookies overvåger brugerens digitale adfærd, interesser samt søgninger, ligesom personaliserede cookies. Forskellen på disse er, at markedsføringscookies har til formål at indsamle data for at målrette reklamer til brugeren, hvorimod de personaliserede cookies anvendes til at fremvise personaliseret indhold, som nævnt i tidligere afsnit. Dermed anvendes disse cookies til et kommercielt formål, hvor de indsamler viden for at kunne fremvise relevante reklamer. Dette kan

f.eks. være data om at brugeren har søgt på et bestemt produkt, for derefter at sende brugeren målrettede reklamer med produktet (Erhvervsstyrelsen, 2019b; GDPR.DK, s.d.).

#### **4.4.5 Førstepartscookies og tredjepartscookies**

En første partscookie er en cookie som kommer fra hjemmesiden brugeren besøger og kan dermed kun læses af den specifikke hjemmeside (Europa-Kommissionen, s.d.). Modsat første partscookies, kan hjemmesider også tillade at andre parter end hjemmesideejeren får lov til at placere cookies på brugerens enhed til forskellige formål. Disse cookies kaldes tredjepartscookies. Formålene for tredjeparterne kan variere, men kategoriseres oftes som markedsføringscookies, hvor det bruges i et kommercielt henseende. Kombinationen af tredjepartscookies som markedsføringscookie, kan opleves hvis brugeren f.eks har søgt på et bestemt land på en hjemmeside, hvorefter brugeren modtager reklamer om hoteller eller flyafgange til det søgte land, på en anden hjemmeside. Ved at tredjepartscookie er kategoriseret som en markedsføringscookie, giver hjemmesideejeren tredjeparten adgang til brugerens data, deres videre færden samt til at viderelede de indsamlede oplysninger (Erhvervsstyrelsen, 2021).

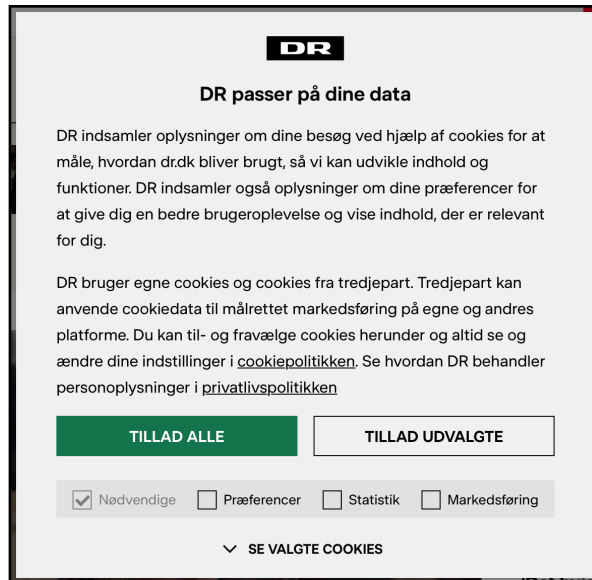
#### **4.5 Politiet, Danmarks Radio og Ekstra Bladets cookie-politik**

I følgende afsnit introduceres de 3 udvalgte domæner; DR.dk, Politi.dk og Ekstabladet.dk, som anvendes i analysen. Vi vil overordnet redegøre for domænernes cookie-politik.

##### **4.5.1 Danmarks Radio (DR)**

DR indsamler oplysninger om den besøgende ved brug af cookies. Indsamlingen har til formål at måle hvor mange der besøger domænet og hvordan brugerne interagerer med hjemmesiderne. Dataen anvendes til at udvikle indholdet og gøre hjemmesiderne brugervenlig. DR anvender nødvendige, præference, statistik og markedsførings (tredjeparts) cookies. DR skriver at de forsøger at minimere data der udveksles med tredjepart, men at det kan være uundgåeligt på nogle sider, hvilket forekommer ved indlejrede elementer fra sociale medier (Danmarks Radio, 2020; Danmarks Radio, s.d.). DRs cookie pop-up boks kan ses på nedenstående billede.





Figur 6: DR cookie pop-up boks

#### 4.5.2 Politi

Politiets domæne anvender nødvendige, præference, statistiske og markedsførings cookies. Overordnet, anvendes cookies af Politiet og tredjepart til at tilpasse indholdet, vise funktioner fra sociale medier, analyse af trafikken og til at forbedre oplevelsen på hjemmesiderne. Tredjepartscookie er f.eks. Youtube og Twitter. Politiet skriver at deres tredjeparts cookies har til formål at overvåge brugeren således at tredjeparten kan danne en profil af brugeren. Dette forekommer bl.a. når brugeren klikker på en Youtube video eller et Google Maps kort. Afslutningsvis informerer de om at indholdet fra tredjeparter kun er tilgængelige ved at brugeren har givet samtykke til tredjeparter (Politi, 2020). Politiets cookie pop-up boks kan ses på nedenstående billede.

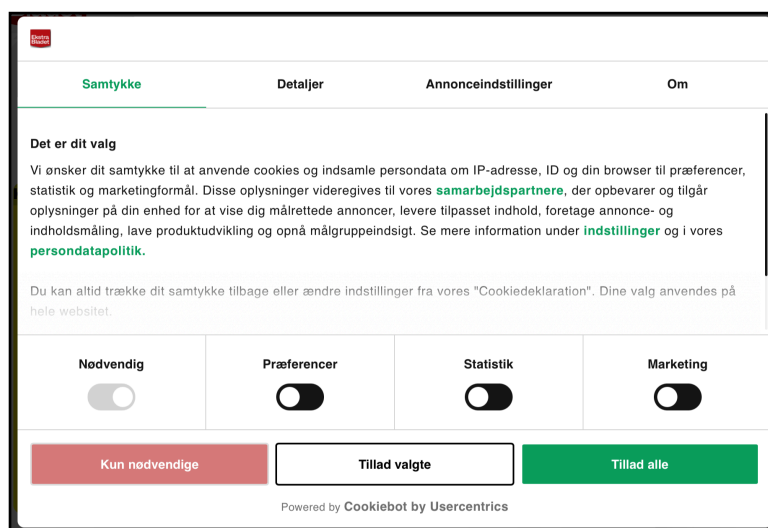


Figur 7: Politi cookie pop-up boks

#### 4.5.3 Ekstra Bladet

Ekstra Bladet, som er en del af JP/Politikkens Hus indsamler og anvender data til at levere journalistisk indhold til besøgende. De anvender cookies til at indsamle data og tilpasse indhold og annoncer der fremgår på hjemmesiden. Derudover anvendes cookies til at gøre funktioner fra sociale medier tilgængelig og til at analysere den besøgendes anvendelse af hjemmesiden. Hertil skriver Ekstra Bladet at deres samarbejdspartnere indenfor sociale medier og annoncer ligeledes

indsamler data om den besøgendes brug af hjemmesiden. Disse samarbejdspartnere kan kombinere data indsamlet fra Ekstra Bladets hjemmeside med andre informationer, indhentet fra andre hjemmesider. Ekstra Bladet skriver at de har 866 annoncepartnere, hvoraf 807 af disse er tredjepartleverandører. Facebook, Youtube og Google er eksempler på tredjepartsleverandører som kan ligge cookies brugerens enhed (Ekstra Bladet, s.d.; JP/Politikens Hus, 2021). Ekstra bladets cookie pop-up boks kan ses på nedenstående billede.



Figur 8: Ekstra Bladet cookie pop-up boks

## 5. Analyse

Analysen tager udgangspunkt i det empiriske materiale indsamlet ved spørgeskema, deltagerobservation kombineret med interview samt egen undersøgelse af cookies på internettet. Deltagerobservationen og egen undersøgelse af cookies på internettet, tager udgangspunkt i tre udvalgte domæner; Politiet.dk, DR.dk og Ekstrabladet.dk.

Analysen starter med behandlingen af spørgeskema, som har til formål at give et bredt og overordnet indblik i respondenternes viden og oplevelse med cookies. Derefter undersøger vi, gennem et casestudie 5 hjemmesider for hver af de udvalgte domæner. Dette gør vi, for at få en detaljeret og dybdegående viden om forskellen på hvordan hjemmesiderne fremtræder, når brugere giver samtykke til nødvendige cookies kontra alle cookies. Afslutningsvis har vi valgt at udføre 3 deltagerobservationer, for at vi kan observere hvordan personerne navigerer på de samme domæner som casestudiet tager udgangspunkt i. Dette kombineres med semistruktureret interview, hvor vores formål er, at stille uddybbende spørgsmål til deres praksis. Vi kan derved afdække hvordan interviewpersonerne interagerer med hjemmesiderne, hvilket giver forskellige perspektiver på domænerne og interviewpersonernes praksis med disse. Derudover har vi gennem vores eget casestudie en dybdegående viden om netop disse domæner og deres cookie politik, hvilket ikke er tilfældet hvis interviewpersonerne navigerede på selvudvalgte domæner.

Casestudiet og interviewpersonernes navigering på hjemmesiderne foregår i privatbrowser. Dette har vi valgt, da der ved privat browser ikke er lagret et cookie-samtykke forinden, som kan påvirke undersøgelsen. Dermed får vi fremvist en cookie pop-up boks hver gang et domæne bliver tilgået.

### 5.1 Behandling af spørgeskema

I følgende afsnit redegøres for spørgeskemaets resultater. Vi har udarbejdet et spørgeskema, da vi vil afdække hvordan det generelle billede og det generelle vidensniveau er ift. cookies og dets funktion. Spørgeskemaet indeholder 7 spørgsmål med to til flere svarmuligheder og har 3 overordnet tematikker; Respondenternes viden om cookies, hvorvidt de forholder sig til cookies og om valget af cookies påvirker deres oplevelse af hjemmesider.

Vi har distribueret spørgeskemaet til vores omgangskreds, hvor vi har fået 36 besvarelser. 29 respondenter har angivet deres køn som kvinde, 6 som mand og 1 som andet. Derudover ses det at 26 af respondenterne er i aldersgruppen 15-35, hvoraf de resterende 5 fordeler sig i de resterende aldersgrupper (Bilag 3 & 4) I og med at respondenterne er fordelt på denne måde, kan der

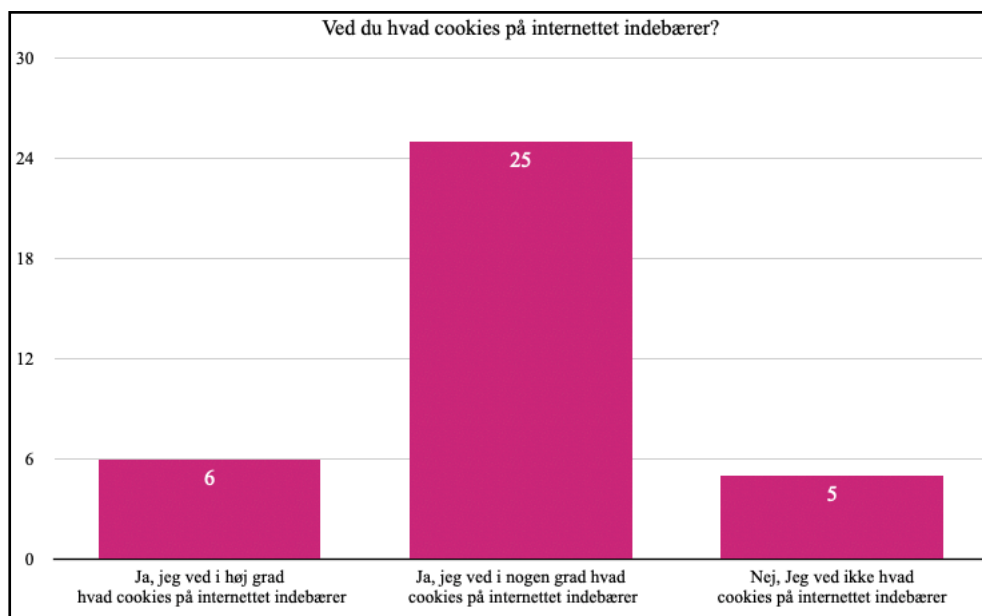
forekomme et bias f.eks. ved at størstedelen fordeler sig i aldersgruppen 15-35, hvilket kan have betydning for analysen. Derudover betegnes dette spørgeskema som en stikprøve, hvilket betyder at resultaterne fra spørgeskemaet ikke er en repræsentation af alle der er påvirket af fænomenet. Dette medfører ligeledes at der er statistisk usikkerhed, hvilket vi mener ikke relevant i denne opgave, da formålet med spørgeskemaet ikke er at udarbejde en statistisk analyse. Vi mener på trods af resultatets bias og statistiske usikkerhed, at spørgeskemaet fortsat giver et dækkende billede af den generelle viden om cookies. Resultatet af spørgeskemaet illustreres i grafer, som er udarbejdet ud fra spørgeskemaets data (Bilag 2).

### 5.1.1 Viden om cookies

To af spørgsmålene forsøger at afdække respondenternes viden om cookies. Spørgsmålene er følgende:

- *Ved du hvad cookies på internettet indebærer?*
- *Kender du forskellen på nødvendige (tekniske) og markedsførings cookies?*

På nedenstående graf ses fordelingen af svar på spørgsmålet “*Ved du hvad cookies på internettet indebærer?*”



Figur 9: Ved du hvad cookies på internettet indebærer?

Grafen viser en høj andel af respondenterne (25) der mener, at de i nogen grad ved hvad cookies indebærer. Hvorimod der er en lav andel af respondenterne som i høj grad (6) eller slet ikke (5) ved hvad cookies indebærer. Besvarelsen af spørgsmålet er subjektiv og relativ, da det er forskelligt

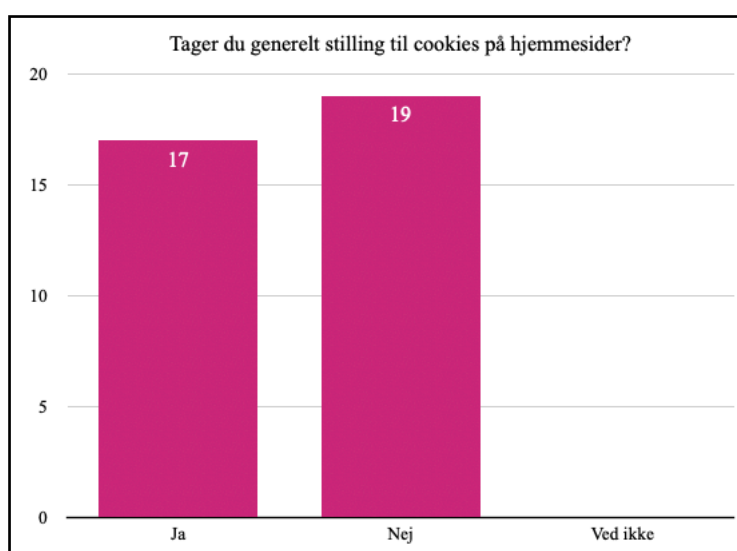
hvordan respondenter vurderer egen viden samt hvad “høj grad”, “nogen grad” og “slet ikke” indbefatter. Det er derved interessant at undersøge hvorvidt de kender forskellen på nødvendige- og markedsføringscookies, for at uddybe ovenstående spørgsmål. Her fordeler resultat således at 17 respondenter vurderer at de ved hvad forskellen er, hvor 19 respondenter vurderer at de ikke ved det (Bilag 6). Dette er modstridende med, at der er en høj andel af respondenter (25) der vurderede at de i nogen grad har viden om cookies. Denne besvarelse er ligeledes en subjektiv vurdering, da det ikke er garanteret at dét respondenteren ved om cookies er korrekt.

### 5.1.2 Brugeren og cookies på internettet

Spørgeskemaet afdækker yderligere hvorvidt respondenterne forholder sig til cookies og om de har oplevet at deres valg af cookies påvirker funktioner på hjemmesider. Her er spørgsmålene følgende:

- *Tager du generelt stilling til cookies på internettet?*
- *Når du går ind på en hjemmeside, hvad plejer du at trykke?*
- *Har du oplevet at dit valg af cookies har påvirket funktionerne på en hjemmeside? (F.eks. om videoer kan afspille eller et digitalt kort kan ses)*

På nedenstående graf illustreres resultatet af spørgsmålet “*Tager du generelt stilling til cookies på internettet?*”.

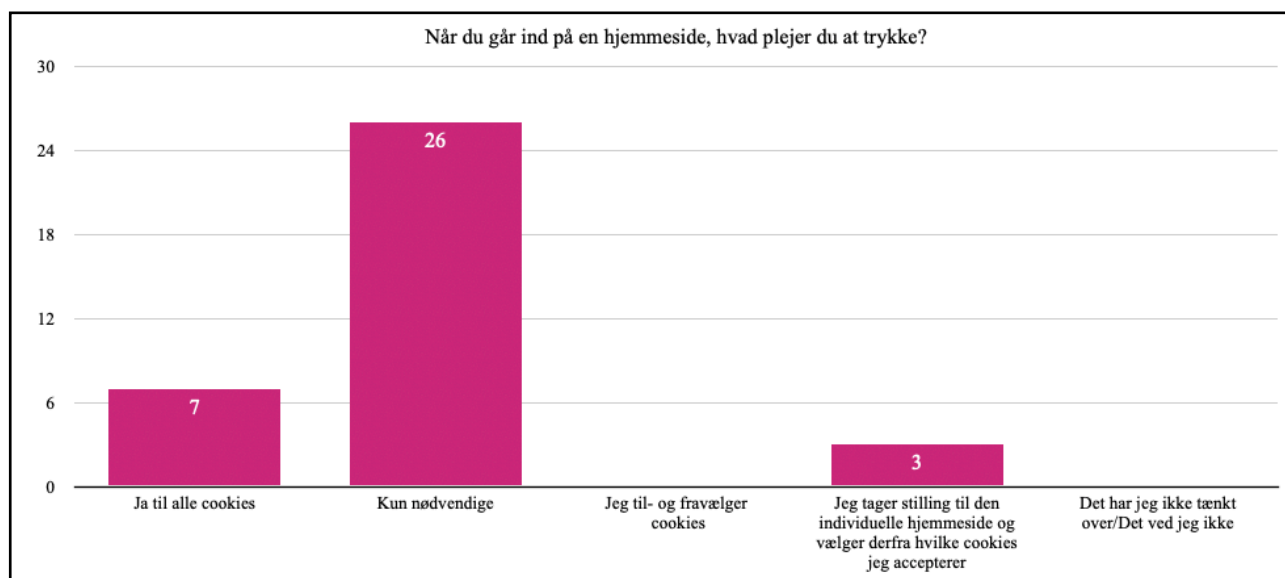


Figur 10: Tager du generelt stilling til cookies på hjemmesider?

Flertallet af respondenterne (19) tager ikke stilling til cookies, hvorimod de resterende (17) angiver at de tager stilling til cookies. Det er derved et snævert flertal med 2 point til forskel, der ikke tager

stilling til cookies. Det er interessant, at flertallet af respondenterne (19) ikke tager stilling til cookies, på trods af at 25 respondenter mener at de har “nogen grad” viden om cookies.

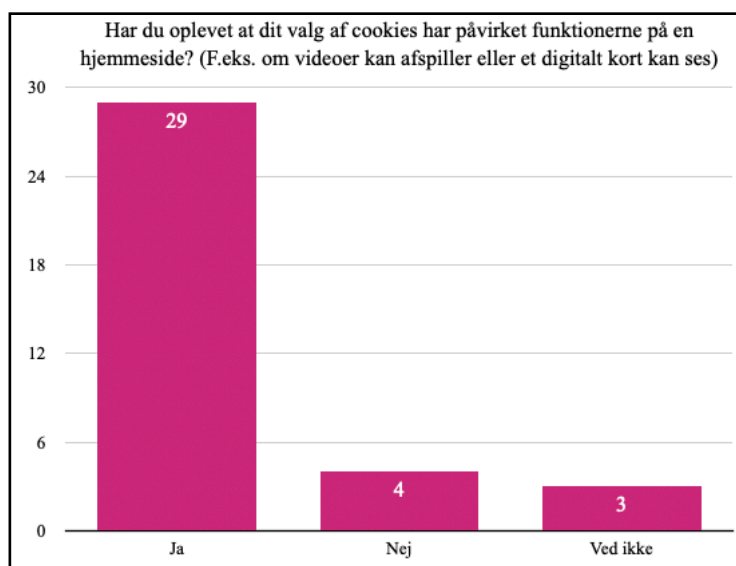
Yderligere, skulle respondenterne svare på spørgsmålet “Når du går ind på en hjemmeside, hvad plejer du at trykke på?”. Fordelingen af svar ses på nedenstående graf.



Figur 11: Når du går ind på en hjemmeside, hvad plejer du at trykke på?

Langt over halvdelen af respondenterne (26) angiver at de vælger “Kun nødvendige cookies”. Hvorimod kun 7 respondenter angiver, at de accepterer alle cookies og 3 respondenterne angiver at de tager stilling til den individuelle hjemmeside og vælger derfra. Flertallet tager ikke stilling til cookies (Bilag 7), men angiver samtidig at de generelt vælger nødvendige cookies.

Yderligere ønskede vi, at afdække hvorvidt respondenterne oplever at deres valg af cookies påvirker funktioner på hjemmesider. Fordelingen af besvarelsen kan ses på nedenstående graf.



Figur 12: Har du oplevet at dit valg af cookies har påvirket funktionerne på en hjemmeside?

29 respondenter har oplevet at deres valg af cookies påvirkede funktionaliteter på hjemmesider, hvor kun 4 ikke har oplevet det. Her ses det at de 4 respondenter også angiver at de generelt vælger "kun nødvendige" cookies (Bilag 12). Derudover ses det, at de 7 respondenter der generelt siger ja til alle cookies (Bilag 8), har oplevet at deres valg af cookies påvirkede funktioner på hjemmesider (Bilag 11).

## 5.2 Casestudie af domænerne

Vi udført et casestudie, for at få et detaljeret indblik i hvordan valget af cookies påvirker forskellige funktioner og interface på domænernes udvalgte hjemmesider. Dertil har vi valgt 3 domæner; politiet.dk, DR.dk og Ekstrabladet.dk. Årsagen til domænerne, udspringer af et ønske om at undersøge og sammenligne hvordan to forskellige statslige organisationer anvender cookies. Derudover, at undersøge og sammenligne hvordan cookies anvendes i hhv. statsfinansieret- og privat organisation. Dette er udført ved at sammenligne hjemmesider på hvert domæne. Herunder, hvilke funktioner der er tilgængelige ved accept af nødvendige- eller alle cookies. Vi har derfor valgt at undersøge hjemmesiderne selv, for at kunne udføre en detaljeret og dybdegående undersøgelse af det afgrænset system indenfor det bestemte fænomen. Casestudiet muliggør at vi kan undersøge cookies i den kontekst det optræder i, hvor hjemmesiderne er konteksten. Vi generer derved kontekstafhængig viden. Vi vil først belyse Politiets domæne, derefter DRs og afslutningsvis Ekstra Bladets.

### 5.2.1 Politi.dk

På Politiets domæne undersøgte vi følgende 5 hjemmesider:

1. Tip Politiet
2. Afgørelser på din straffeattest
3. Bestil en færdselsbetjent
4. Politiets Online Patrulje
5. Midt- og Vestjyllands Politi.

En oversigt over ovenstående 5 hjemmesider med tilhørende URL, kan ses i Bilag 18 - Politi hjemmesider (Oversigt).

Ved accept af nødvendige cookies frem for alle cookies, fandt vi overordnet frem til at 4 ud af 5 hjemmesider indeholder utilgængelige funktioner.

På hjemmesiden "Politiets Online Patrulje" var det utilstrækkeligt at acceptere nødvendige cookies. Derimod skal man acceptere alle cookies, før man kan afspille en video. Videoen er en indlejret Youtube video, hvor Youtube forekommer som en tredjepart. På nedenstående billeder illustreres forskellen på hjemmesiden.



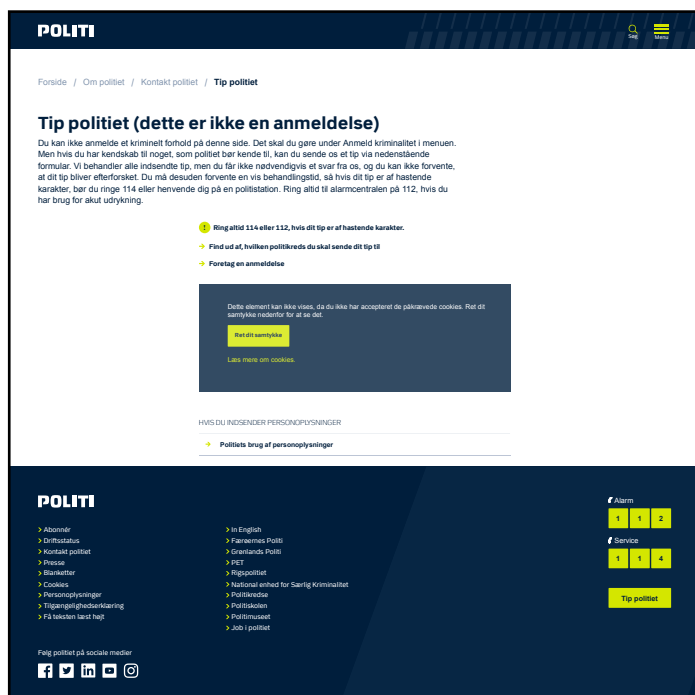


Figur 13a: Accept af nødvendige cookies

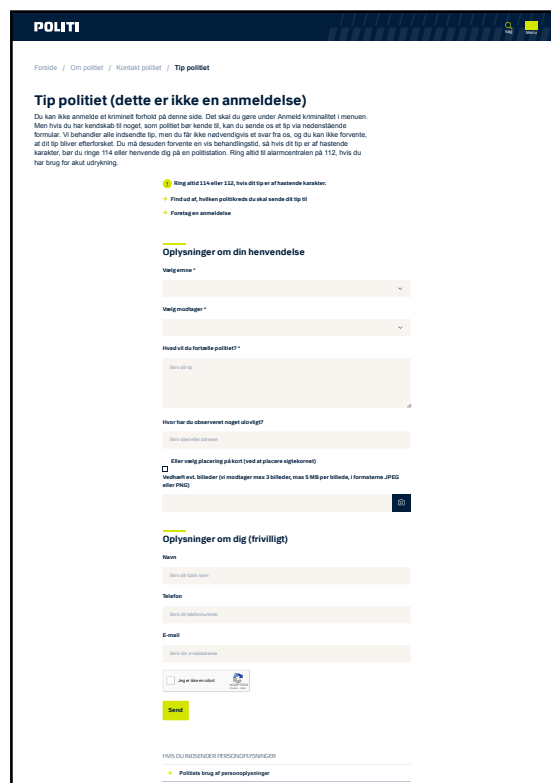


Figur 13b: Accept af alle cookies

På hjemmesiderne “Tip Politiet” og "Bestil en færdselsbetjent", identificerede vi at man hverken kan tippe politiet eller bestille en færdselsbetjent, uden at give samtykke til alle cookies. Dette skyldes, at hjemmesiderne har indlejret funktionen Google reCAPTCHA, som er en robot der tjekker hvorvidt man er et menneske eller ej. Da dette er en indlejret funktion fra Google, forekommer Google som en tredjepart. “Tip Politiet” kan ses på nedenstående billeder, hvor “Bestil en færdselsbetjent” kan ses i bilag 21.



Figur 14a: Accept af nødvendige cookies



Figur 14b: Accept af alle cookies

Yderligere observerede vi på hjemmesiden “Midt- og Vestjyllands Politi”, at der forekommer en indlejret Twitter funktion. Denne funktion bliver tilgængelig ved at give samtykke til alle cookies. Det er interessant hvordan Google Maps stadig bliver fremvist ved accept af nødvendige cookies, når vi var nødsaget til at acceptere alle cookies for at kunne se Google reCAPTCHA. I Politiets cookie-politik, skriver de, at de anvender tredjepartscookies når brugeren klikker på et Google Maps kort. Yderligere beskriver politiet at deres tredjepartscookies har til formål at spore og danne en profil af brugeren hos tredjeparten, hvilket der ikke gives samtykke til ved nødvendige cookies. Google Maps er dermed den eneste funktion udbudt af en tredjepart, som kan fremvises ved accept af nødvendige cookies. Billeder af “Midt- og Vestjyllands Politi” kan ses på nedenstående billeder.



Figur 15a: Accept af nødvendige cookies



Figur 15b: Accept af alle cookies

Afslutningsvis, undersøgte vi hjemmesiden “Afgørelser på din straffeattest”, hvor der ikke forekom forskelle på hjemmesidens funktioner, uafhængig af cookie samtykket. På denne hjemmeside forekom der ingen indlejrede funktioner fra tredjeparter (Bilag 20).

## 5.2.2 DR.dk

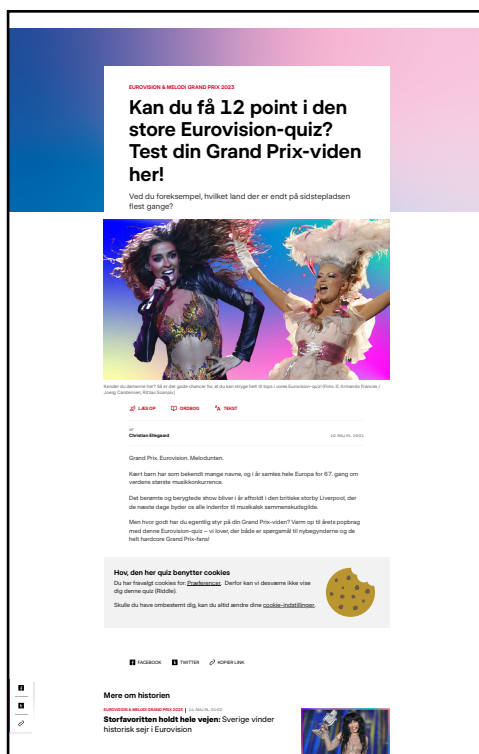
På DRs domæne undersøgte vi følgende 5 hjemmesider:

1. Beskytte børn på sociale medier

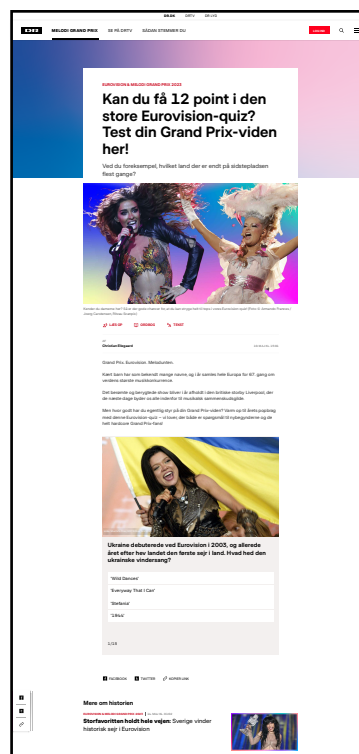
2. Forsikringselskaber anker igen og igen
3. Otte er døde og flere er savnede i Norditalien
4. Eurovision Quiz
5. 10 nemme sparetips

En oversigt over de ovenstående 5 hjemmesider med tilhørende URL kan ses i bilag 24: DR hjemmesider (Oversigt)

På DRs hjemmesider påvirkede valget af cookies overordnet ikke funktionerne på domænet. Det var hermed muligt at se funktioner såsom stories, videoer og billeder på 4 ud af 5 hjemmesider (Bilag 25-27, 29). Det eneste tilfælde af en utilgængelig funktion forekom på hjemmesiden "Eurovision Quiz". Quiz-funktionen var utilgængelig ved kun at give samtykke til nødvendige cookies. Dette illustreres på billederne forneden.



Figur 16a: Accept af nødvendige cookies



Figur 16b: Accept af alle cookies

På trods af at det var utilstrækkeligt kun at acceptere nødvendige cookies, behøver brugeren ikke nødvendigvis at give samtykke til alle cookies. På ovenstående billede fremgår det at brugeren blot skal ændre samtykke til at indebærer præference og derved ikke behøver at give samtykke til markedsføringscookies.

### 5.2.3 Ekstrabladet.dk

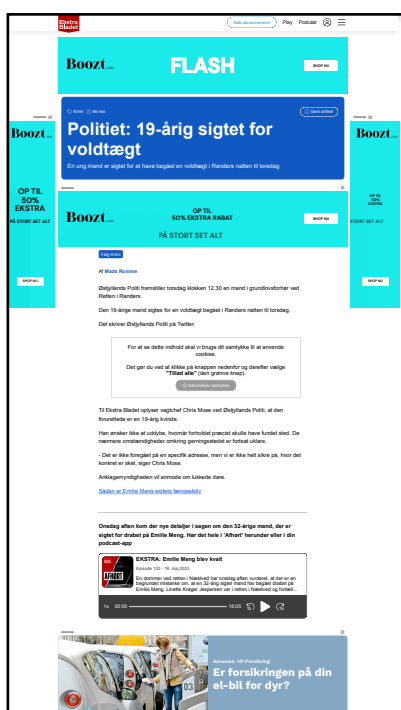
På Eksta Bladets domæne undersøgte vi følgende 5 hjemmesider:

1. Influencer skal forlade Danmark
2. 19-årig sigtet for voldtægt
3. Knivstikkeri i Fælledparken
4. Prisvindende dansk film er suspenderet i Rusland
5. Tegn på stigning i tilfælde af skoldkopper

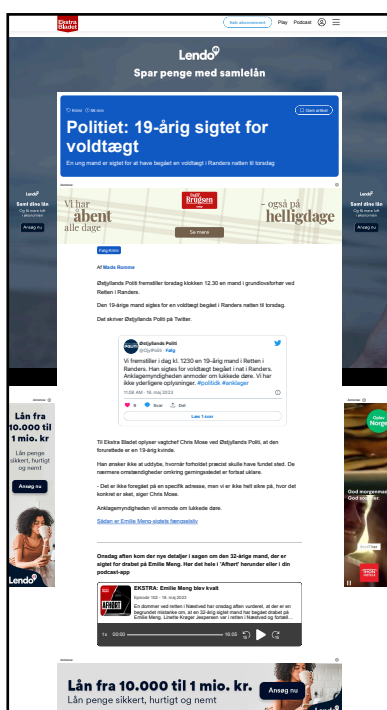
En oversigt over de 5 ovenstående hjemmesider med tilhørende URL kan ses i bilag 30: Ekstra bladet hjemmesider (Oversigt)

Overordnet observerede vi, at hvis brugeren kun giver samtykke til nødvendige cookies fremfor alle cookies, forekommer der utilgængelige funktioner på 4 ud af 5 hjemmesider. Hjemmesiden “Tegn på stigning i tilfælde af skoldkopper” (Bilag 35), fremgik som den eneste hjemmeside upåvirket af valget af cookies. Ligeledes er dette, den eneste hjemmeside under Ekstra Bladets domæne, som ikke indeholder indlejrede tredjeparts funktioner og videoer.

På hjemmesiden “19-årig sigtet for voldtægt”, forekommer en indlejret Twitter funktion, hvoraf brugeren skal give samtykke til alle cookies, før funktionen bliver tilgængelig. Dette skyldes at Twitter er en tredjepart og yderligere kategoriseres som en markedsføringcookie. Derudover forekommer der også flere reklamer ved accept af alle cookies fremfor kun nødvendige cookies. Dette illustreres på nedenstående billeder.

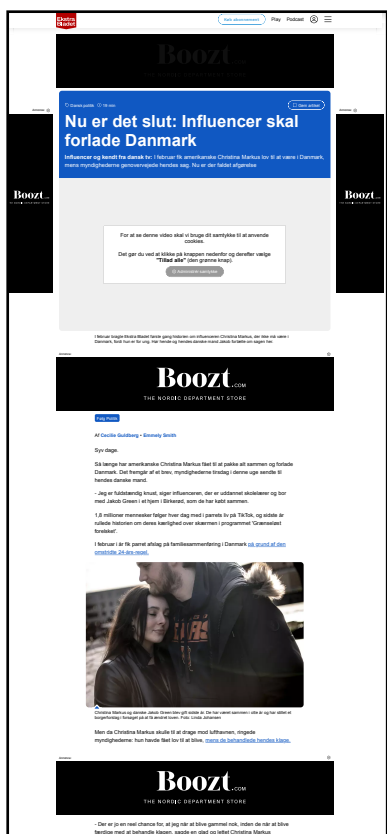


Figur 17a: Accept af nødvendige cookies

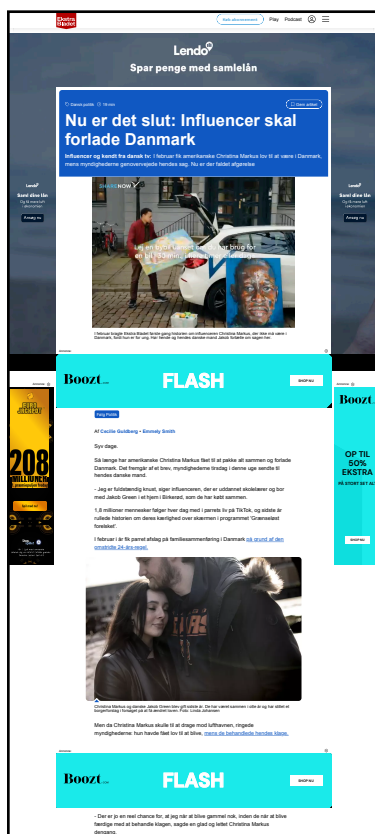


Figur 17b: Accept af alle cookies

Derudover fremgår det, at der på 3 ud af 5 af hjemmesiderne forekommer videoer, som kræver at brugeren skal give samtykke til alle cookies, før at videoen kan afspilles. Disse hjemmesider er; "Influencer skal forlade Danmark", "Knivstikkeri i Fælledparken" og "Prisvindende dansk film er suspenderet i Rusland", hvor hjemmesiden "Influencer skal forlade Danmark" illustreres på nedenstående billeder. De resterende to hjemmesider kan ses i bilag 33 og 34.

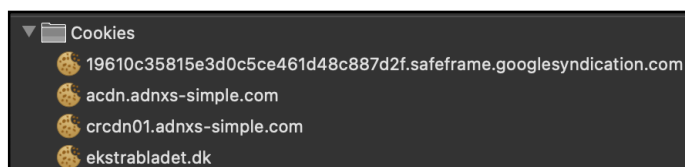


Figur 18a: Accept af nødvendige cookies

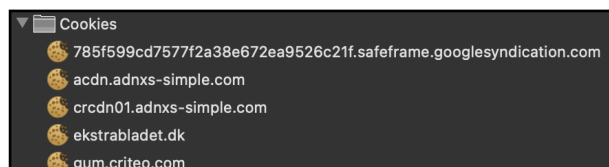


Figur 18b: Accept af alle cookies

Ved at accepterer alle cookies, kan videoen afspilles. Yderligere kan det udledes, at der forekommer markant flere reklamer. I forlængelse af at undersøge hvorfor videoer kun kan afspilles ved at give samtykke til alle cookies, tjekkede vi hvilke cookies der blev lagret på enheden. Dette fremvises på billederne forneden.



Figur 19a: Accept af nødvendige cookies



Figur 19b: Accept af alle cookies

Ved at give samtykke til alle cookies, blev cookien "gum.criteo.com" lagt på enheden, som ikke forekom ved accept af nødvendige cookies. Denne cookie er blevet lagret for at reklamebureau Criteo kan levere personaliserede annoncer til hjemmesiden. Cookiens formål er at spore og indsamle oplysninger om bl.a brugerens digitale adfærd og interesser på tværs af forskellige hjemmesider. Disse oplysninger indebærer f.eks. brugerens browsehistorik, oplysninger om de hjemmesider brugeren har søgt på og oplysninger om de produkter og tjenester brugeren har vist interesse for. Oplysningerne bliver gemt for at Criteo kan anvende dem til at udarbejde en brugerprofil over interesser og præferencer, for at levere målrettet reklamer. Det kan dermed ses, at denne cookie ikke har en teknisk nødvendig funktion, for at afspille videoen på hjemmesiden (Criteo, 2022).

### 5.3 Behandling af deltagerobservation kombineret med interview

Følgende afsnit behandler deltagerobservation kombineret med interview, hvor Mette, David og Anna blev observeret og interviewet. Analysen belyser de 3 interviewpersoners praksis omkring cookies på hjemmesider. Formålet er at få indblik i hvordan interviewpersonerne normalvis forholder sig til cookies, samt hvordan cookies påvirker deres oplevelse af hjemmesiderne. Vi har valgt at observere og interviewe 3 personer, da vi ønsker at udføre en dybdegående observation af interviewpersonernes navigering på hjemmesiderne, samt at kunne sammenligne deres praksis med hinanden. Ved observation kan vi få detaljerede informationer om hvilke handlinger interviewpersonerne foretager sig. Hvortil vi ved at interviewe dem kan få viden om deres tanker og motiver bag disse handlinger. Ved at vælge tre personer, mener vi, at vi kan få mere dybdegående observationer fremfor at vores ressourcer bliver fordelt på flere overordnede observationer.

Vi har valgt at strukturere deltagerobservationen ved at hver interviewperson skulle navigere på ca. 5 hjemmesider indenfor de udvalgte domæner. Det første domæne de skulle tilgå var Politiet.dk, derefter DR.dk og afslutningsvis Ekstrabladet.dk.

Derudover har vi ved det semistruktureret interview, forinden klartgjort emner vi ønskede at afdække. Disse var følgende:

- *Om interviewpersonerne generelt forholder sig til cookies*
- *Hvorfor interviewpersonerne vælger de cookies de vælger*
- *Hvorfor interviewpersonen agerer som de gør hvis der er funktioner der utilgængelige*

#### 5.3.1 Mette

Mette valgte nødvendige cookies på alle tre domæner. Hertil uddybede hun, at hun altid forholder sig kritisk til cookies og dets dataindsamling. Hun pointerede at hun ikke bryder sig om at hjemmesider indsamler hendes data *“Jeg kan ikke sådan lide det der med at der er nogen der sådan, ved eller sådan kan se alt hvad jeg sådan sidder og søger på og det synes jeg bare er sådan er ubehageligt på en eller anden måde”* (Bilag 15, 7.17).

Mette oplevede at der var en række funktioner som var utilgængelige på Politiet og Ekstra Bladets hjemmesider. Modsat oplevede hun ikke utilgængelige funktioner på DRs hjemmesider.

Hertil afdækkede vi, hvorvidt hun ville ændre sit samtykke for at gøre funktionerne tilgængelige. Hun fortalte, at hun er villig til at ændre sit valg af cookies hvis de utilgængelige funktioner har

hendes interesse og hun finder hjemmesiden troværdig. Dog ændrede hun ikke sit samtykke på de tre domæner hun navigerede på i dette interview (Bilag 15).

### 5.3.2 David

David valgte ligeledes at acceptere nødvendige cookies på alle tre domæner. Han fortalte at han generelt forholder sig kritisk, hvortil han pointerer at det er “*det mest sikre valg*” (Bilag 16, 19.03). David oplevede at alle funktioner var tilgængelige på Politiet og DRs hjemmesider, hvorimod han på Ekstra Bladets hjemmesider erfarede at nogle funktioner var utilgængelige. I dette tilfælde ændrede han sit cookie-samtykke til at indebære alle cookies. Dette resulterede i at funktionerne blev tilgængelige. Her uddybede han at han generelt ændrer samtykke, hvis de utilgængelige funktioner har hans interesse (Bilag 16).

### 5.3.3 Anna

Modsat Mette og David var Annas cookie samtykke ikke konsekvent på domænerne. Hun valgte at acceptere nødvendige cookies på Politiets domæne, hvorimod hun accepterede alle cookies på DR og Ekstra Bladets domæne. Hertil fortalte hun, at hun ikke forholder sig til cookies og blot vælger ud fra den valgmulighed der er mest iøjenfaldende. Anna oplevede utilgængelige funktioner på Politiets hjemmesider, hvortil hun ændrede samtykket således at funktionerne blev tilgængelige. Anna accepterede alle cookies på DR og Ekstra Bladets domæne, hvor vi observerede at alle funktioner var tilgængelige. Yderligere fortalte hun, at cookies pop-up boksene opleves som et forstyrrende elementer når hun tilgår hjemmesider (Bilag 17).

Med afsæt i ovenstående 3 interviews er der identificeret tre overordnede tematikker som udfoldes i nedenstående afsnit. Tematikkerne er følgende:

- *Hvorvidt interviewpersonerne forholder sig til cookies*
- *Hvorvidt interviewpersonerne ændrer deres valg når de navigere på hjemmesiderne*
- *Hvorvidt cookies påvirker de funktioner der er på de pågældende hjemmesider*

### 5.3.4 Forholder de sig til cookies?

Overordnet forholder Mette og David sig kritisk til cookies ved første besøg på domænerne, hvorimod Anna ikke forholder sig til cookies.



På Politiets domæne fortæller Mette *“Jeg tager altid den her”* (Bilag 15, 1.09) mens hendes mus er over knappen *“Kun nødvendige”*. Hvortil både Mette og David pointerede at det er en vane at vælge nødvendige cookies. Mette udtrykker *“Jeg har indlært mig selv på en eller anden måde at trykke på den der ikke er grøn”* (Bilag 15, 7.51). I dette citat henviser *“grøn”* til knappen hvor man acceptere alle cookies. Mette mener, at hendes data er privat og at hun ikke ser nogen grund til at disse hjemmesider indsamle hendes data. Dette udtrykker hun blandt andet ved at fortælle *“jeg er meget sådan generel sådan personlig sådan følsom med data oplysninger”* (Bilag 15, 7.43). Ligesom Mette, forholder David sig kritisk til cookies på hjemmesider, hvor han fortalte *“det er først og fremmest er vane nu (...) det er det sikre valg”* (Bilag 16, 19.03). Han fortæller yderligere at dataindsamling ikke påvirker ham men at han ikke bryder sig om at *“blive forfulgt agtig, eller sådan at blive tracket”* (Bilag 16, 19.34).

Modsat observerede vi, at Anna forholdt sig anderledes til cookies end Mette og David. Hun gav først udtryk for at hun vælger nødvendige cookies, men fortalte samtidig at valget er baseret på hvad der er mest iøjenfaldende. Anna udtrykker *“typisk altså prøver jeg at vælge nødvendige afhængige af, jeg tror jeg meget tit jeg bare vælger den valgmulighed der er størst, eller sådan er lettest og komme til”* (Bilag 17, 3.17). Derudover kom det frem, at hun også baserer sit valg af cookies på tidligere erfaringer med hjemmesider. Hun fortalte, at hun tidligere har erfaret, at videoer er utilgængelige på Ekstra Bladets domæne medmindre hun accepterer alle cookies (Bilag 17).

Vi observerede at Anna accepterede nødvendige cookies på politiets domæne og alle cookies på DR og Ekstrabladets domæne. Annas udtalelse om at hun oftest prøver at give samtykke til kun nødvendige cookies, er modstridende med hendes adfærd. Hendes adfærd stemmer i højere grad overens med hendes udtalelse om, at hun vælger accept af cookies baseret på den mest iøjenfaldende knap samt tidligere erfaringer. Dette ses ved at knappen hvor man accepterer alle cookies på DR og Ekstra Bladets domæne, er fremhævet ved at knappen er grøn (figur 6 & 8).

### **5.3.5 Påvirker deres valg af cookies funktioner på hjemmesiderne?**

Det er tydeligt at interviewpersonernes valg af cookies påvirker funktioner på hjemmesiderne. På Politiet og Ekstra Bladets domæne, forekommer der videoer og Twitter opslag som er utilgængelig. Disse funktioner bliver tilgængelige når interviewpersonerne accepterer alle cookies. Derudover observerede vi, at interviewpersonernes adfærd iht. cookies, påvirkes af hjemmesidernes utilgængelige funktioner. Der er altså en gensidig påvirkning af cookies, utilgængelige funktioner og brugeren.

Konkret oplevede Mette og Anna at accept af nødvendige cookies medførte at indlejrede Youtube videoer og opslag fra Twitter var utilgængelige på Politiets hjemmesider. Modsat oplevede David at alle funktioner på Politiets hjemmesider var tilgængelige. Dette kan skyldes, at han tilgik hjemmesider, hvor der ikke var indlejrede funktioner fra tredjeparter. Derudover oplevede Mette og David på Ekstra Bladets hjemmesider, at videoer og indlejrede opslag fra Twitter var utilgængelig ved accept af nødvendige cookies. Hvorimod Anna, der accepterede alle cookies, erfarede at videoer og opslag var tilgængelige. Afslutningsvis oplevede ingen af de tre interviewpersoner utilgængelige funktioner på DRs hjemmesider, uafhængig af deres cookie-samtykke. Dette ses ved at de tre interviewpersoner accepterede forskellige cookies.

### **5.3.6 Ændrer de deres samtykke undervejs?**

Når brugeren præsenteres for utilgængelige funktioner, præsenteres de også for muligheden for at ændre deres cookie-samtykke, således at funktionen kan blive tilgængelig. Vi observerede at David og Anna ændrede deres samtykke.

Anna blev præsenteret for en video på politiets hjemmeside som var utilgængelig, hvortil hun ændrede samtykket til at indebærer alle cookies. Her tilføjede hun *“Når jeg ikke kan komme ind på det jeg gerne vil, så får de bare samtykke til hvad som helst”* (Bilag 17, 3.24). David blev ligesom Anna, præsenteret for en utilgængelig video dog på Ekstra Bladets hjemmeside, som effekt af at han havde accepteret nødvendige cookies. Han ændrede ligeledes sit samtykke til at indebære alle cookies, således at videoen blev tilgængelig. Dette kommer til udtryk i følgende citat, hvor han blev spurgt ind til om han ville ændre sit samtykke for at se en videoen *“Ja så ville jeg nok gå ind og så og faktisk gøre det (...) ja hvis der var noget der var interessant ihverfald (...) Ja det ville jeg gøre 100%”* (Bilag 16 , 12.05). Hertil tilføjede han, at han generelt ændrer samtykket hvis han er interesseret i at se, det der utilgængeligt.

Derudover er det interessant at fremhæve at hverken Anna eller David ændrer deres samtykke tilbage til nødvendige cookies, efter de har haft mulighed for at se videoen som de ændrede deres samtykke for. Vi spurgte hertil David og Anna om de aktivt ville ændre deres samtykke tilbage til deres oprindelige valg. David udtrykte

*“jeg ville bare fortsætte (...) jeg tror ikke jeg ved om hvordan man ændrer det tilbage igen (...) de spørg nok igen når man kommer ind på den senere, gør de ikke? (...) nej så jeg ville ikke, jeg vil ikke ændre det tilbage igen”* (Bilag 16 , 12.37).

Anna ville ligeledes ikke ændre samtykket tilbage og udtrykte *“det tror jeg slet ikke jeg ved hvordan man gør. Det, tror jeg slet ikke jeg vidste var en mulighed at man kunne”* (Bilag 17, 16.19). Yderligere blev Anna spurgt, om hun ville ændre det hvis hun vidste hvor man gjorde, hvor hun udtrykte *“Nej, nok ikke altså hvis de alligevel har fået det til en start eller senere hen”* (Bilag 17, 16.35). Dette medfører, at de på deres fremadrettet navigering på domænet, har alle funktioner tilgængelige, og at deres interaktion og adfærd på domænet spores og indsamles. I forlængelse af at der allerede er lagret et samtykke, som indebærer accept af alle cookies, vil de ikke blive præsenteret for en cookie pop-up boks næste gang de tilgår domænet fra samme enhed.

Mette oplevede ligeledes utilgængelige funktioner, som resultat af at hun accepterede nødvendige cookies. Dette oplevede hun på henholdsvis Politiet og Ekstra Bladets domæne. Modsat Anna og David ændrede hun ikke sit valg af cookies, for at gøre funktionerne tilgængelige. Vi spurgte dertil om hun ville ændre sit samtykke på andre hjemmesider end de præsenteret i interviewet, hvilket hun ville hvis det havde hendes interesse. Mette udtrykte

*“Hvis det virkelig var noget jeg gerne ville se, så ville jeg gøre det (...) hvis det sådan var Elle eller sådan noget eller Vogue (...) eller som hvor jeg gerne vil se eller anden video (...) så var jeg sådan okay så bliver jeg nødt til det”* (Bilag 15, 13.12).

Derudover pointerer hun at det er “okay” hvis hun igennem dataindsamling kan få gode tilbud på disse hjemmesider. Dette udtrykker hun ved at hun ville sige ja til alle cookies på Vogue og Elles hjemmeside hvor hun tilføjer *“måske så ville jeg få mere af de slags videoer sådan i det feed jeg nu lige kører også er jeg sådan jaer det vil jeg hellere give tilladelse til det fordi at det interesserer mig”* (Bilag 15, 13.55). Mette er derved villig til at dele data, gennem cookies, hvis hun finder indholdet på hjemmesiden interessant og hvis hun vurderer hjemmesiden troværdig.

Mette og David er kritiske overfor cookies, herunder dataindsamlingen, indtil de bliver præsenteret for utilgængelige funktioner der har deres interesse. Det kan udledes, at alle tre interviewpersoner,

er villige til at ændre deres samtykke, hvis de ønsker at se den utilgængelig funktion. Deres valg af cookies, er derved baseret på deres egen interesse iht. hjemmesidernes indhold.

#### **5.4 Delkonklusion**

I spørgeskemaet ses det at flertallet af respondenterne mener at de i nogen grad ved hvad cookies indebærer. Derudover ses det, at flertallet generelt ikke tager stilling til cookies og at flertallet yderligere har oplevet at deres valg af cookies har påvirket funktioner på hjemmesider.

I casestudiet og i deltagerobservationer oplevede, vi og interviewpersonerne, utilgængelige funktioner ved accept af nødvendige cookies på Politiet og Ekstra Bladets hjemmesider. Her forekom der utilgængelige funktioner primært ved videoer og tredjepartsintegrationer. Politiet anvender indlejrede tredjepartsfunktioner fra Twitter, Youtube og Google, hvor Ekstra Bladet anvender indlejrede tredjepartsfunktioner fra Twitter. Derudover kræver Ekstra Bladet at brugeren accepterer markedsføringscookies før videoer kan afspilles. DR prøver at minimere tredjeparts integrationer, og forekom som dét domæne, hvor der var mindst utilgængelige funktioner. Dette observerede vi i casestudiet, da der kun forekom én utilgængelig funktion, hvortil ingen af de tre interviewpersoner oplevede utilgængelige funktioner. Yderligere er Ekstra Bladet det eneste domæne, som har reklamer på deres hjemmesider. Vi observerede at der kom markant flere reklamer ved at give samtykke til markedsføringscookies end ved de nødvendige cookies.

I deltagerobservationerne så vi at David og Mette forholder sig kritisk til cookies og dets dataindsamling, hvor de normalt vælger nødvendige cookies. Anna forholdte sig ukritisk til cookies, og vælger cookie-samtykket ud fra det mest iøjenfaldende valgmulighed. Dog observerede vi, at alle tre interviewpersoner er villige til at ændre deres samtykke, hvis de utilgængelige funktioner har deres interesser. I disse tilfælde skal brugerne acceptere alle cookies og derved acceptere dataindsamling.

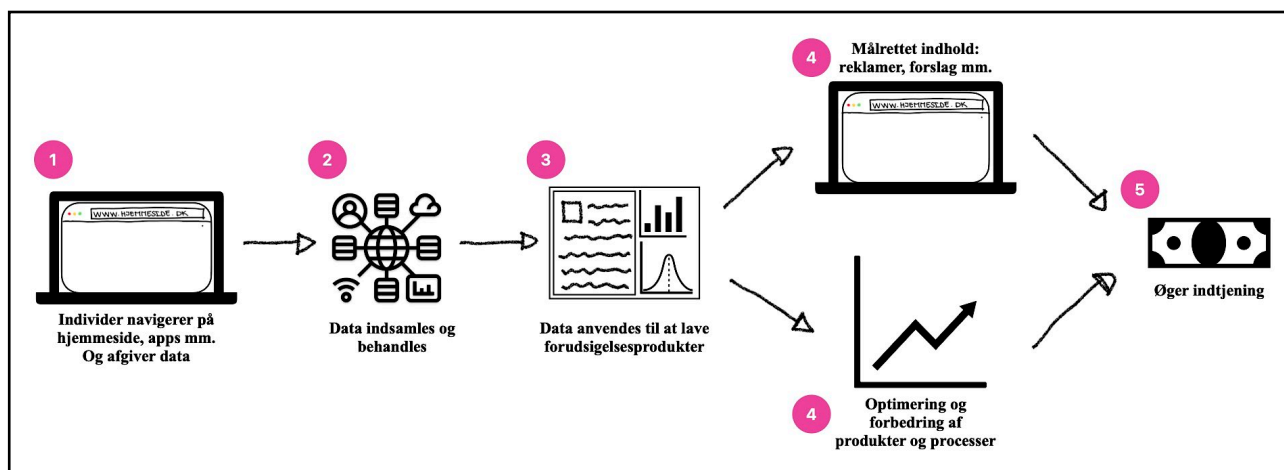
## 6. Diskussion

I følgende afsnit vil analysen diskuteres iht. overvågningskapitalisme og teknologiske mediering, som er beskrevet i projektets teoriafsnit. Vi vil diskutere hvordan teknologien cookies og domænerne indgår i Shoshana Zuboff's beskrivelse af overvågningskapitalismens forretningsmodel. Derudover vil vi med udgangspunkt i Don Ihdes beskrivelse af teknologisk mediering herunder teknologiske relationer, diskutere hvordan cookies medierer brugers oplevelse af hjemmesider samt hvordan vi ser de teknologiske relationer i det empiriske materiale.

### 6.1 Overvågningskapitalisme

Ud fra analysens resultater, kan det udledes at alle tre domæner indgår på overvågningskapitalismens præmis, men på forskellige måder. Ekstrabladet er som det eneste domæne i projekt, en privat organisation hvorimod DR og Politiet er statsfinansieret organisationer. Det bliver tydeliggjort i casestudiet at Ekstra bladet anvender overvågningskapitalismens forretningsmodel, hvorimod DR og Politiet blot indgår i forretningsmodellens præmis.

Som beskrevet i afsnit 4.1 kan overvågningskapitalisme som forretningsmodel illustreres i nedenstående figur.



Figur 1: Overvågningskapitalisme

I teoriafsnittet 4.1 fremgår det at brugere afgiver data når de anvender digitale teknologier. Dette ses ligeledes i deltagerobservationen og casestudiet. På de udvalgte hjemmesider ses det at når brugeren navigerer på hjemmesiderne, skal de ved første besøg forholde sig til hvilken type af data de ønsker at afgive, gennem cookies. Hvis interviewpersonen fravalgte at afgive data om deres adfærd (nødvendige cookies), forekom der utilgængelige funktioner på henholdsvis Politiet og Ekstra Bladets hjemmesider. For at disse funktioner blev tilgængelige skulle cookie-samtykket ændres til

at indebære alle cookies. Ud fra det empiriske materiale kan vi konstatere, at denne ændringen medfører at brugerne acceptere deling af deres data med tredjepart såsom Google, Youtube og andre. Disse tredjepart indsamler data om brugernes digitale adfærd på den pågældende hjemmeside og på tværs af hjemmesider. I teoriafsnittet 4.1 beskrives det at disse data anvendes til at personalisere indhold og målrette reklamer. Dette var særlig tydeligt på Ekstra Bladets hjemmeside, hvor vi observerede at der forekom reklamer.

### **6.1.1 Ekstra Bladet vs. DR og Politi**

Ekstrabladet har 866 annonce-samarbejdspartnere, hvoraf 807 af disse er tredjepartsleverandører. Som beskrevet i afsnit 4.4.5 kategoriseres tredjepartsleverandører oftes som markedsføringscookies, og vi kan dermed udlede at størstedelen af Ekstra Bladets samarbejdspartnere kategoriseres som markedsføringscookies. I teoriafsnittet 4.4.4 beskrives det, at ved markedsføringscookies giver brugeren samtykke til indsamling og deling af data. Ud fra analysens undersøgelser ses det, at måden hvorpå Ekstra Bladet anvender overvågningskapitalismens forretningsmodel, er ved at de kræver at brugeren giver samtykke til alle cookies for at kunne afspille videoer. Dette ses i analyseafsnit 5.2.3. Her beskrives det, at når samtykket bliver givet til alle cookies, bliver cookien "gum.criteo.com" lagt på brugerens enhed. Derefter får virksomheden Criteo, som ligger cookien, meddelelse om at der er en ledig reklameplads på hjemmesiden, som de kan vælge at købe for at levere personaliserede reklamer (Criteo, 2022). Vi kan derved se at den cookie der bliver lagt, ikke har en teknisk funktion iht. afspilning af videoen. At gøre videoer utilgængelige medmindre brugeren accepterer alle cookies, er dermed en måde hvorpå Ekstra Bladet indirekte tvinger brugeren til at give samtykke til at indsamle og dele deres data med annonce-samarbejdspartnerne. Som beskrevet i afsnit 4.1 kan tredjeparts-samarbejde anvende den indsamlede data til at udarbejde en profil af brugerne med henblik på at kunne levere målrettet markedsføring. Derudover ses det i casestudie og deltagerobservationen at brugere bliver udsat for markant flere reklamer på hjemmesiderne, ved accept af alle cookies fremfor kun nødvendige. Ekstra Bladet handler dermed med brugernes data i form af at indsamle og dele den med andre virksomheder.

Derudover kan vi udlede fra deltagerobservationen og casestudiet, at Politiet og DR også indgår i overvågningskapitalismes præmis. Dette ses ved at brugerne kan give samtykke til markedsføringscookies, hvor tredjeparter kan indsamle data og bruge denne data til at vise reklamer på deres egne og andres platforme. Dog observerede vi at DR og Politiet ingen reklamer har på deres egne hjemmesider.

På Politiets hjemmesider observerede vi gennem deltagerobservationerne og casestudiet, at politiet anvender markedsføringscookies ved indlejrede funktioner fra tredjeparter. Disse funktioner og tredjeparter var videoer fra Youtube, tweets fra Twitter og reCAPTCHA fra Google. Ved at politiet anvender tredjepartsfunktioner, skal brugeren give samtykke til alle cookies, hvilket medfører at Youtube, Twitter og Google indhenter data om brugerens interaktion med hjemmesiden.

Som beskrevet i teori afsnittet 4.1 argumenterer Zuboff for at disse tredjeparter kan bruge denne data til deres forudsigelsesprodukter.

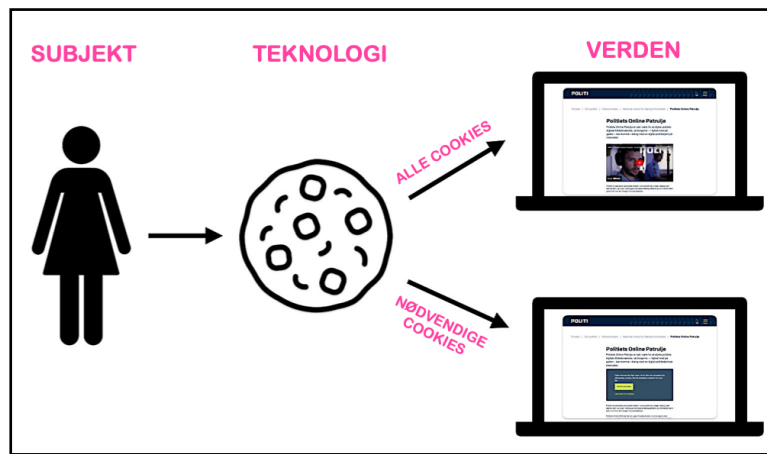
På DR's hjemmesider observerede vi at der forekom ét tilfælde med en utilgængelig funktion. Dog krævede det blot at brugeren ændrede samtykke til at indebærer nødvendige og præference cookies. I teori afsnittet 4.4.3 beskrives det, at data indsamlet ved præference cookies ikke videregives til tredjeparter og dermed er brugeren på DRs hjemmeside ikke tvunget til at afgive data til tredjepart.

Vi kan dermed se at DR, modsat Politiet og Ekstra Bladet, ikke anvender tredjeparter til at fremvise funktioner som f.eks videoer. Det er dermed interessant hvordan de to statsfinansieret organisationer implementere deres funktioner forskelligt. Politiets løsning med at indlejre funktioner fra tredjeparter resulterer i større deling af data end ved DR, der gør funktioner tilgængelige uafhængig af tredjeparter. På trods af at DR angiver i deres cookie politik, at de har markedsføringscookies, observerede vi gennem casestudiet og deltagerobservation ingen hjemmesider, hvorpå det var nødvendigt at give samtykke til markedsføringscookies for at se funktioner. Vi kan derfor udlede, at DR prøver at minimere tredjepartsamarbejder samt indgår i overvågningskapitalismens præmis i mindre grad end Politiet og Ekstra Bladet.

## **6.2 Teknologisk Mediering**

I teori afsnittet 4.2 argumenterer Ihde for at brugerens opfattelse af deres verden transformeres i den menneskelige-teknologiske relation. I fænomenet vi undersøger, ses det at teknologien cookies transformere brugernes erfaring med hjemmesider.

Yderligere beskrives det hvordan teknologier medierer måden hvorpå verdenen fremtræder for subjektet. Vi ser denne teknologiske mediering ved at cookies medierer måden hvorpå hjemmesiderne fremstår for brugerne, herunder hvilke funktioner der er tilgængelige og utilgængelige. Dette illustreres i nedenstående figur.



Figur 20: Teknologisk Mediering

I teori afsnittet 4.2 fremhæves det, at man indenfor postfænomenologi mener at mennesket har adgangen til fænomener gennem teknologier. Dette ses ved at kategorisering af cookies ligeledes mediere brugerens opfattelse og adgang til hjemmesiden. Ved accept af nødvendige cookies medierer teknologien, brugerens erfaring med hjemmesiden og deres adgang til funktioner. På Politiet og Ekstra Bladets hjemmesider mediere cookies således, at brugeren begrænses ved at der forekommer utilgængelige funktioner. Hvorimod at den teknologiske mediering på DR ikke begrænser brugernes erfaring og adgang med hjemmesiderne, ved at alle funktioner er tilgængelige. Derudover ses det, at den teknologiske mediering gennem cookies, når brugeren accepterer alle cookies, medfører en anden transformation af hjemmesiden. Brugeren har i dette tilfælde alle funktioner tilgængelige. Transformationen, ved accept af alle cookies, medfører at brugeren erfarer en udvidet adgang til hjemmesidens funktioner.

Cookies teknologien har en direkte indflydelse på hvordan hjemmesider fremtræder for subjektet, hvor hjemmesiden medieres gennem cookies med udgangspunkt i det valg af cookies subjektet har foretaget.

### 6.2.1 Teknologiske Relationer

I teori afsnittet 4.2.2 beskrives Ihdes kategorisering af teknologisk mediering beskrevet ved fire forskellige relationstyper. Typerne udtrykker relationen mellem subjektet, teknologien og verden. Ud fra det empiriske materiale ser vi relationerne iht. brugeren, cookies og hjemmesiden. Derudover mener vi at relationerne kan anskues ud fra to overordnede vinkler:

- *Når brugeren bliver konfronteret med cookie pop-up boksen når de tilgår en hjemmeside.*
- *Når brugeren efter accept af cookies navigerer på hjemmesiderne.*



Det er yderligere relevant at pointere at cookies ikke opfylder Ihdes definition af teknologi. Som beskrevet i teoriafsnit 4.2.1 indebærer Ihdes definition et material komponent. Ud fra teorien om cookies og at teknologien indgår i et teknologisk system kan vi udlede at cookies i sig selv ikke har en materiel form. Denne form udformes i det teknologiske system, hvor det materielle f.eks. er brugerens enhed. At teknologier i sig selv ikke altid har en materiel form belyses ligeledes af Olesen, Bille og Riis i teoriafsnit 4.2.1, som påpeger at teknologier såsom sociale medier ikke indtager en materiel form.

Ud fra teorien om de teknologiske relationer ser vi at der er to fremtrædende teknologiske relationer i det empiriske materiale. Disse relationer er; Andethed- og Baggrundsrelation.

Vi ser at der forekommer en andethedsrelation når brugeren besøger den pågældende hjemmeside, og bliver præsenteret for cookie pop-up boksen. Som beskrevet i teoriafsnittet 4.2.2 kan denne relation tage form af en samtale mellem subjektet og teknologien. I dette tilfælde fremtræder cookies som andet, ved at pop-up boksen tager en analogisk form overfor brugeren. I denne analogiske form bedes brugeren om at udføre en handling. Det kan derved fremstå som en samtale mellem brugeren og cookies teknologien.

Yderligere ser vi at cookies også optræder som en baggrundsrelation. Denne relation ser vi forekomme f.eks når brugeren har accepteret alle cookies. Som beskrevet i teoriafsnittet 4.2.2 beskriver Ihde baggrundsrelationen ved at teknologien udgøres som en del af brugerens omgivelser og er kendetegnet ved dets tilstedeværelse i baggrunden. Denne relation ser vi i det empiriske materiale ved at cookies generelt bliver en del af brugerens omgivelser. Omgivelserne er hjemmesiden brugeren besøger, hvor cookies indtager en tilstedeværelse i baggrunden.

Baggrundsrelationen observerede vi f.eks da Anna accepterede alle cookies på Ekstra Bladets domæne. Cookies sikrede i baggrunden at alle funktioner var tilgængelige for Anna, hvoraf hun ikke interagerede yderligere med teknologien. Derimod indtog cookies teknologi ikke en baggrundrelation da Anna accepterede nødvendige cookies på Politiets domæne. Da hun navigerede på hjemmesiderne, blev hun konfronteret med utilgængelige funktioner, og derved forekommer relationen ikke længere i baggrunden.

## 7. Konklusion

Overordnet kan vi ud fra vores empiriske materiale konkludere, at flertallet mener at de ved hvad cookies indebærer og at flertallet ikke forholder sig til cookies. Derudover ses det at 2 ud af 3 interviewpersoner forholder sig kritisk til cookies og tilmed normalvis accepterer kun nødvendige cookies. Tredje interviewperson forholder sig ikke til cookies og vælger ud fra det cookie-samtykke det er mest iøjenfaldende.

Ud fra analysen kan vi konkludere at cookies påvirker funktioner på hjemmesiderne. Dette ses ved at accept af nødvendige cookies medfører utilgængelige funktioner på Politiet og Ekstra Bladets domæner. Dertil ses det at ved accept af alle cookies, at de utilgængelige funktioner bliver tilgængelige for brugeren. Når brugerne bliver konfronteret med utilgængelige funktioner tilkendegiver alle interviewpersoner at de er villige til at ændre deres samtykke til at indebærer alle cookies. Dette er de villige til at gøre når de utilgængelige funktioner har deres interesse. Hvortil de ikke ændrer deres samtykke tilbage til deres oprindelige valg.

De statslige finansieret organisationer Politiet og DR samt privat organisationen Ekstra Bladet indgår i overvågningskapitalismens forretningsmodel. Politiet indgår gennem deres indlejrede funktioner fra tredjepart herunder Youtube, Twitter og Google. I disse tilfælde indsamler tredjeparterne data om brugeren, når brugerne interagerer med funktionerne. DR forsøger at minimere deling af data gennem tredjepart, hvilke vi ligeledes så i casestudiet og deltagerobservationer. Her var alle funktioner tilgængelige for interviewpersonerne uafhængig af deres cookie samtykke. Ekstra Bladet anvender overvågningskapitalismes forretningsmodel ved at kræve at brugeren giver samtykke til markedsføringscookies, på trods af at dette ikke er teknisk nødvendigt. Dermed tvinger de indirekte brugeren til at afgive deres data til deres samarbejdspartnere, som anvender denne data til at profilere og målrette reklamer. Vi kan dermed konkludere at hvis brugeren give samtykke til nødvendige cookies at deres data ikke bliver indsamlet og anvendt af tredjeparter, men at de derimod får en begrænset adgang ved utilgængelige funktioner på hjemmesiderne. Modsat hvis brugerne giver samtykke til markedsføringscookies bliver deres data indsamlet og brugt af tredjeparter, men at de derimod har adgang til alle funktioner på hjemmesiderne. Det er dermed teknologien cookies der medierer måden hvorpå hjemmesiderne og dets funktioner fremtræder for brugerne, afhængig af brugerens valg af cookies. Denne mediering anskuer vi ud fra to teknologiske relationer; Andethed- og baggrundsrelationer. Cookies kan indtage en analogisk form overfor brugeren, hvoraf vi ser andethedsrelationen. Derudover kan cookies indtage en tilstedeværelse i brugeren omgivelser, hvoraf vi ser baggrundsrelationen.

## Litteraturliste

Aalborg Universitet. (2021). *Case studie*. Case Studie. Tilgået 26. April 2023 fra <https://metodeguiden.au.dk/case-studie>

Analyse & Tal. (2023). *En hverdag af data*. Tilgået 24. April 2023 fra [https://www.ogtal.dk/assets/files/En-hverdag-af-data\\_compressed.pdf](https://www.ogtal.dk/assets/files/En-hverdag-af-data_compressed.pdf)

Bødker, K., Kensing, F., & Simonsen, J. (2008). *Professionel IT-forundersøgelse: Grundlag for brugerdrevet innovation* (S. 272–278). Samfundslitteratur.

Cookiebekendtgørelsen. (2011, BEK nr 1148 af 09/12/2011). *Bekendtgørelse om krav til information og samtykke ved lagring af eller adgang til oplysninger i slutbrugeres terminaludstyr*. Erhvervsministeriet. Tilgået 3. Maj 2023 fra <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2011/1148>

Criteo. (2022). *Privacy policy*. Criteo. Tilgået 15. Maj 2023 fra <https://www.criteo.com/privacy/>

Danmarks Radio. (2020). *Cookies og tracking*. DR. Tilgået 13. Maj 2023 fra <https://www.dr.dk/om-dr/dr-og-dine-data/cookies-og-tracking>

Danmarks Radio. (s.d.). *Cookiepolitik*. DR. Tilgået 13. Maj 2023 fra <https://www.dr.dk/service/cookiepolitik>

Ekstra Bladet. (s.d.). *Persondata-politik*. Persondata - Politik. Tilgået 13. Maj 2023 fra <https://ekstrabladet.dk/services/persondata-politik/>

Erhvervsstyrelsen. (2019a). *Bekendtgørelse om krav til information og samtykke ved lagring af eller adgang til oplysninger i slutbrugeres terminaludstyr (Cookiebekendtgørelsen)*.

Erhvervsstyrelsen.Dk. <https://erhvervsstyrelsen.dk/vejledning-cookiebekendtgørelse>. Tilgået d. 24. April fra <https://erhvervsstyrelsen.dk/vejledning-cookiebekendtgørelse>

Erhvervsstyrelsen. (2019b). *Mød de væsentligste cookietyper*. Erhvervsstyrelsen.Dk. Tilgået 25. April fra <https://erhvervsstyrelsen.dk/mod-de-vaesentligste-cookietyper>

Erhvervsstyrelsen. (2021). *Værd at vide om cookies*. Erhvervsstyrelsen.Dk. Tilgået 25. April 2023 fra <https://erhvervsstyrelsen.dk/vaerd-at-vidе-om-cookies>

Europa-Kommissionen. (s.d.). *Cookiepolitik*. Europa-Kommissionen. Tilgået 26. April 2023 fra [https://commission.europa.eu/cookies-policy\\_da#whatarecookies](https://commission.europa.eu/cookies-policy_da#whatarecookies)

Flyvbjerg, B. (2010). Fem misforståelser om casestudiet. In *Kvalitative metoder: en grundbog* (S. 463–487). Hans Reitzels Forlag.

GDPR.DK. (s.d.). *Hvad er cookies?* GDPR.DK. Tilgået 25. April 2023 fra <https://gdpr.dk/persondataforordningen/cookies/>

Hansen, N.-H. M., Marckmann, B., & Nørregård-Nielsen, E. (2008). *Spørgeskemaer i virkeligheden: Målgrupper, design og svarkategorier*.

Hovmand, B., & Præstegaard, J. (2002). Kvalitative forskningsmetoder i fysioterapi - En introduktion. *Nyt Om Forskning*, 2, 40–57. Tilgået 28. April 2023 fra <https://www.fysio.dk/fafo/temaer/forskning>

JP/Politikens Hus. (2021). *Privatlivspolitik*. JP/Politikens Hus. Tilgået 13. Maj 2023 fra <https://jppol.dk/privatlivspolitik/>

Kanade, Vijay. (2023). *Complete guide to servers, types, and features*. Spiceworks. Tilgået d. 24. April 2023 fra <https://www.spiceworks.com/tech/tech-general/articles/what-is-a-server/>

Kitchin, R. (2014). Big Data, new epistemologies and paradigm shifts. *Big Data & Society*, 1(1), 205395171452848.

Kristiansen, S., & Krogstrup, H. K. (1999). *Deltagende observation: Introduktion til en samfundsvidenskabelig metode* (S. 1–23). Hans Reitzels Forlag.

Kumar, A. (2018). *Web Technology: Theory and Practice* (1st ed. S. 38-42, 51-63 ) [E-bog]. Taylor & Francis Group.

Nobahar, G. (2019). Cookies. In *Privacy Rights in the Digital Age* (S. 117–119). Grey House Publishing.

Olesen, F., Bille, M., & Riis, S. (2021). Postfænomenologi. I P. Danholt, & C. Gad (red.), *Videnskab, teknologi og samfund: En introduktion til STS* (S. 121-140). Hans Reitzels Forlag.

Politi. (2020). *Politiets brug af cookies*. Politi. Tilgået 13. Maj fra <https://politi.dk/hjemmesiden/politiets-brug-af-cookies>

Rosenberger, R., & Verbeek, P.-P. (2015). A Field Guide to Postphenomenology. In *Postphenomenological Investigations: Essays on Human–Technology Relations* (S. 9–42). Lexington Books.

Wilson, C. (2013). *Interview techniques for UX practitioners: A user-centered design method*. (S. 24-41) Newnes.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power* (S. 9–78). Profile Books.

Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. SAGE Publications.