

Övervakad

Om hushållens värderingar och beteenden kring digital övervakning och spårning

Mårten Lindberg, fil dr

På uppdrag av Peter Skeppström, Unionen

Slutrapport: 01/12/2023



Infostat

UNIONEN

Bakgrund och genomförande

Bakgrund och syfte

Syftet med undersökningen är att kartlägga hushållens användning av tjänster och produkter som vid användandet möjliggör övervakning av det egna och andras beteenden, preferenser och rörelser.

Målgrupp

Allmänheten, med särskilt fokus på privatanställda tjänstemän.

Genomförande

Antal intervjuer: 3 010

Fältperiod: 2023-10-11 – 2023-11-21.

Metod: Undersökningen har gjorts av Infostat. Intervjuerna har genomförts i en slumpmässigt rekryterad webbpanel. Urvalet har kvoterats med avseende på kön, ålder och geografi. Resultatet har därefter vägts på kön, ålder, utbildning och politiskt parti för att korrigera för eventuella kvarvarande skevheter i urvalet.

Kontakt

Mårten Lindberg, marknadschef

E-post:

marten.lindberg@infostat.se

Hemsida:

www.infostat.se

Om Infostat

Infostat är nästa generations analysföretag. Vi har en lång bakgrund inom samhälls- och marknadsundersökningar, systemutveckling och forskning.

Vi finns för att hjälpa kunder med datadrivna beslut och kommunikation genom unik data och en avancerad plattform som ger svar på svåra frågor. Infostat har branschledande erbjudanden inom Opinion och påverkan, Retail och konsument samt Fastighet och urban utveckling.



Sammanfattning

- Privatanställda tjänstemän är den samhällsgrupp i Sverige med störst andel som i hög utsträckning använder digitala tjänster med inslag av övervakning, både av den egna aktiviteten och andras.
- Exempelvis använder sju av tio platstjänster och sex av tio lämnar regelbundet biometriska data (exempelvis fingeravtryck) vid användandet av digitala lösningar, jämfört riksgenomsnittet på drygt en av två.
- Bland både privatanställda tjänstemän och allmänheten är det vanligare att man använder digitala tjänster som gör att man själv kan övervakas, än att man använder tjänster som gör att man kan övervaka andra.
- Drygt hälften av hushållen förstår hur information som de lämnar efter sig online kan användas av företag. Kunskapen är något högre bland privatanställda tjänstemän (sex av tio).
- Sju av tio hushåll godkänner som regel cookies, som möjliggör spårning. Siffran för privatanställda tjänstemän är något högre, tre av fyra.
- Hushållen är skeptiska till att information som samlas in om dem vidareanvänds av företag, exempelvis för målgruppsanpassad reklam. Bland privatanställda tjänstemän är närmare hälften negativa. Två av tre är negativa till att information om dem säljs vidare.
- Vanliga digitala arbetsverktyg har också övervakande egenskaper, som används på många arbetsplatser. Överlag är fler positivt inställda till övervakningstjänster på andras arbetsplatser, än den egna.
- En majoritet av hushållen är positivt inställda till drog/alkoholtester på arbetsplatsen, men mindre positiva till att kollegor skulle ha koll på den egna statusmarkören ("online", "upptagen", "stör ej") i sociala chattkanaler som Teams, Slack, Zoom, eller att arbetsgivaren kan spåra vilka webbsidor man besöker.
- Överlag visar undersökningens resultaten flera målkonflikter och paradoxer i hushållens inställning, vanor och beteenden kring digitala tjänster som möjliggör övervakning. Exempelvis följer varannan privatanställd tjänsteman leveranser i realtid, men drygt en av tre skulle själva inte vilja ge samma slags information till sin arbetsgivare (via exempelvis stegräknare eller stämpelklocka). Tre av fyra godkänner cookies, men varannan är negativt inställd till att arbetsplatsen övervakar vilka webbsidor man besöker.
- Vid beräkning av integritetsindex visar undersökningen att digital integritet hänger tätt samman med ålder, kön och typ av arbete. Sämst digital integritet har äldre tjänstemän.





Att övervaka och att låta sig övervakas

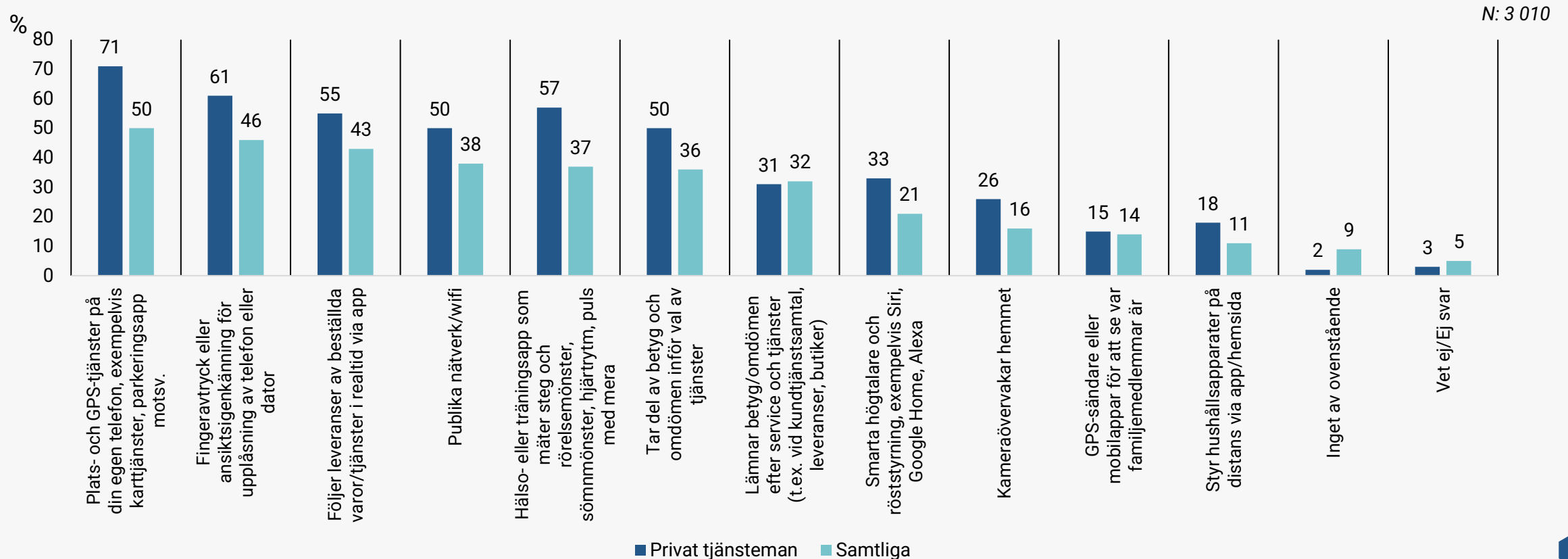


Vilka digitala tjänster man använder i dag

Nedbrutet per digital tjänst

Svenskarna är digital mogna och använder avancerade digitala tjänster som underlättar både vardagen och jobbet. Infostat har undersökt användandet av en rad populära digitala tjänster och möjligheter, som på olika sätt kan leda till övervakning av den egna personen, fysiskt och digitalt.

Jämför vi gruppen privatanställda tjänstemän mot allmänheten avviker de med en högre användning inom samtliga undersökta tjänster. Det gäller i synnerhet moderna tjänster som utvecklats de senaste åren, som platstjänster på telefonen, biometriska data, smarta system som Alexa och möjligheten att följa leveranser i realtid.



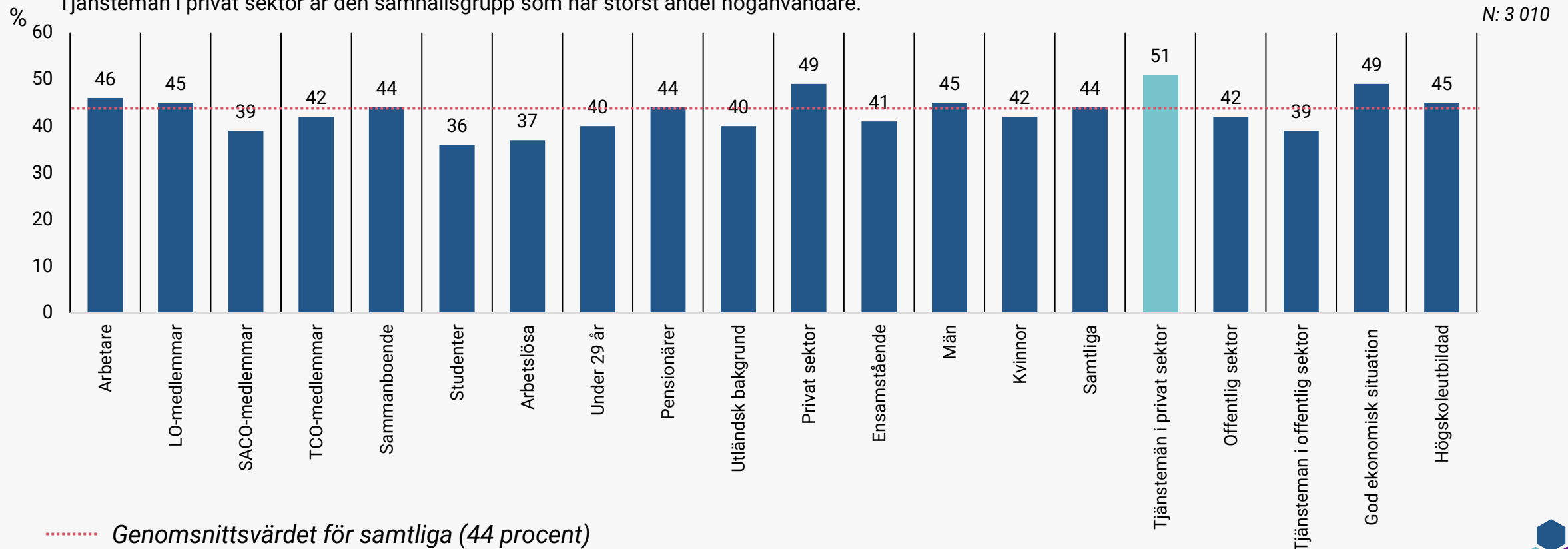
Använder tjänster som lämnar digitala spår

Höganvändare av digitala tjänster som gör det möjligt för företag att övervaka dem online

Moderna och populärt använda digitala tjänster ger företag möjlighet att bevaka din aktivitet på olika sätt. Det finns också tjänster som man själv kan använda för att övervaka andra. I det här diagrammet tittar vi på tjänster som gör det möjligt för företag att hämta information ur din digitala aktivitet. En betydande del av hushållen (44 procent) använder sådana tjänster i hög utsträckning. De är "höganvändare". Nästan en av tio (12 procent) uppger att de inte använder sådana tjänster alls.

Tittar vi närmare på gruppen höganvändare syns en fördelning mellan olika samhällsgrupper och socioekonomisk status förklarar variationen. Ju högre utbildning och ekonomi du har desto större är sannolikheten att du använder tjänster som gör det möjligt för företag att spåra dig digitalt.

Tjänstemän i privat sektor är den samhällsgrupp som har störst andel höganvändare.



Vilka digitala tjänster man använder i dag (%)

Uppdelat på grad av övervakad och övervakare

Hur är relationen mellan att använda tjänster som gör det möjligt för företag att spåra din digitala aktivitet, och att du själv använder tjänster som spårar andra?

Nära nio av tio (88 procent) av svenskarna använder i någon utsträckning digitala tjänster som gör det möjligt för dem att övervakas. Motsvarande siffra för privatanställda tjänstemän är nära samtliga (95 procent).

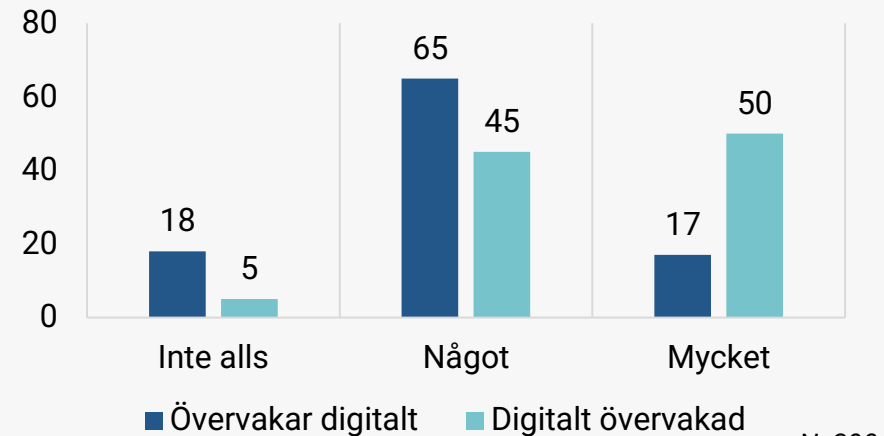
Privatanställda tjänstemän övervakar andra i större omfattning än genomsnittet. 85 procent använder sådana tjänster, mot riksgenomsnittet 72 procent.

I båda grupper är det dock vanligare att man låter sig övervakas än att man själv övervakar andra.

Att inte alls använda tjänster som övervakar andra eller att man själv låter sig övervakas är att betrakta som en ovanlig hållning, i synnerhet bland privatanställda tjänstemän.

Att bli övervakad och att övervaka

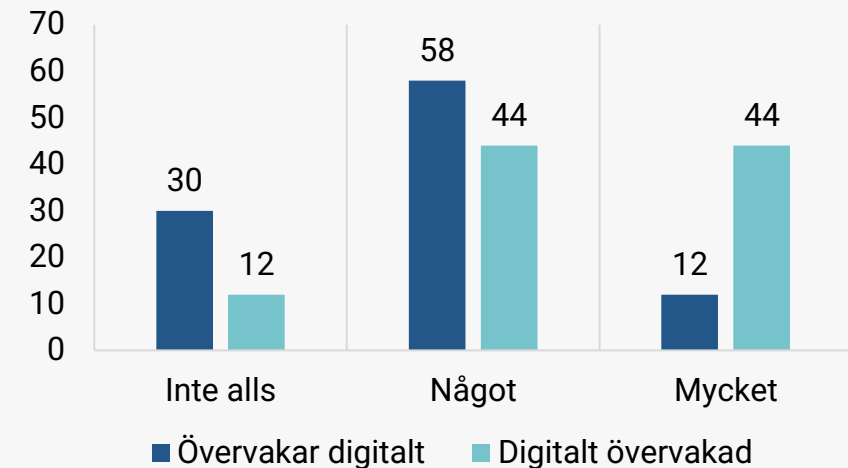
Privatanställda tjänstemän



N: 290

Att bli övervakad och att övervaka

Samtliga



N: 3 010





Kännedom om digitala spår



Hur väl man känner till hur personlig information som man lämnar vid användandet av digitala tjänster kan användas av företag

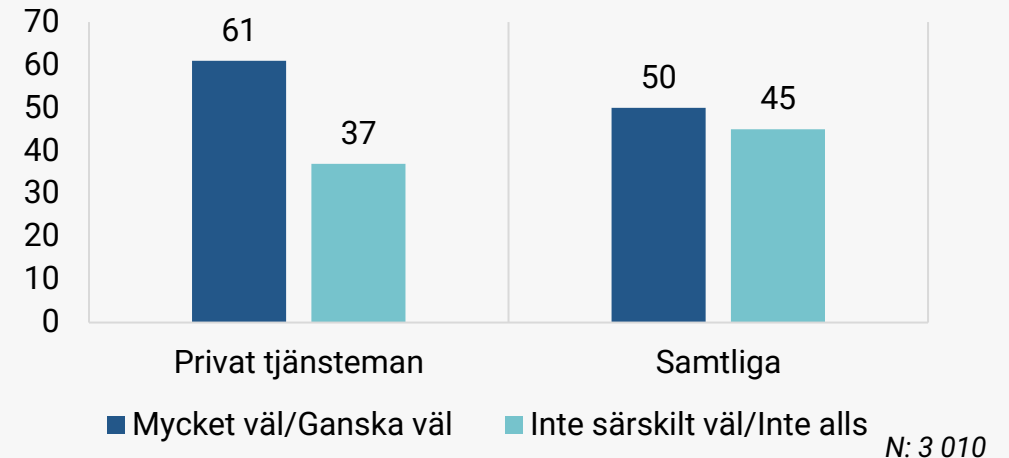
Givet hur vanligt det är med tjänster som på ett eller annat sätt gör övervakning möjlig, hur god förståelse har svenskarna om hur deras digitala aktivitet kan användas?

Bland samtliga hushåll är det mer än fyra av tio (45 procent) som har låg kännedom om hur företag kan använda information om dem. Hälften uppger att de har god eller mycket god kännedom. Samtidigt som användandet av digitala tjänster är omfattande är det förhållandevis många som inte vet hur informationen om dem kan användas.

Bland privatanställda tjänstemän är kännedomen högre (61 procent) med fortfarande en betydande del (37 procent) som har låg kännedom givet hur utbredd användandet av digitala tjänster.

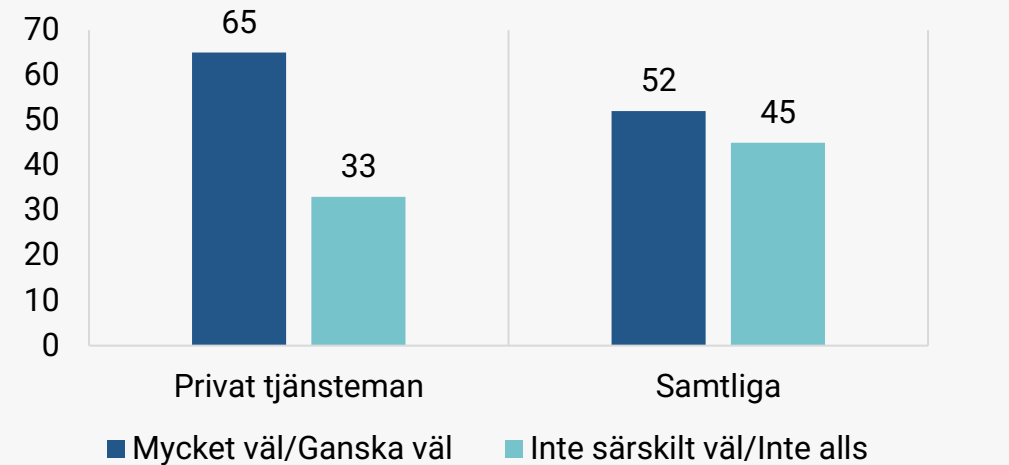
Borrar vi djupare och tittar endast på gruppen höganvändare är kännedomen snäppet högre (65 procent). Samtidigt och igen, uppger en av tre också bland höganvändarna att de inte har särskilt god kunskap om hur information om dem kan användas.

Kännedom om hur information används



Kännedom om hur information används

Svarande som använder digitala tjänster i hög utsträckning



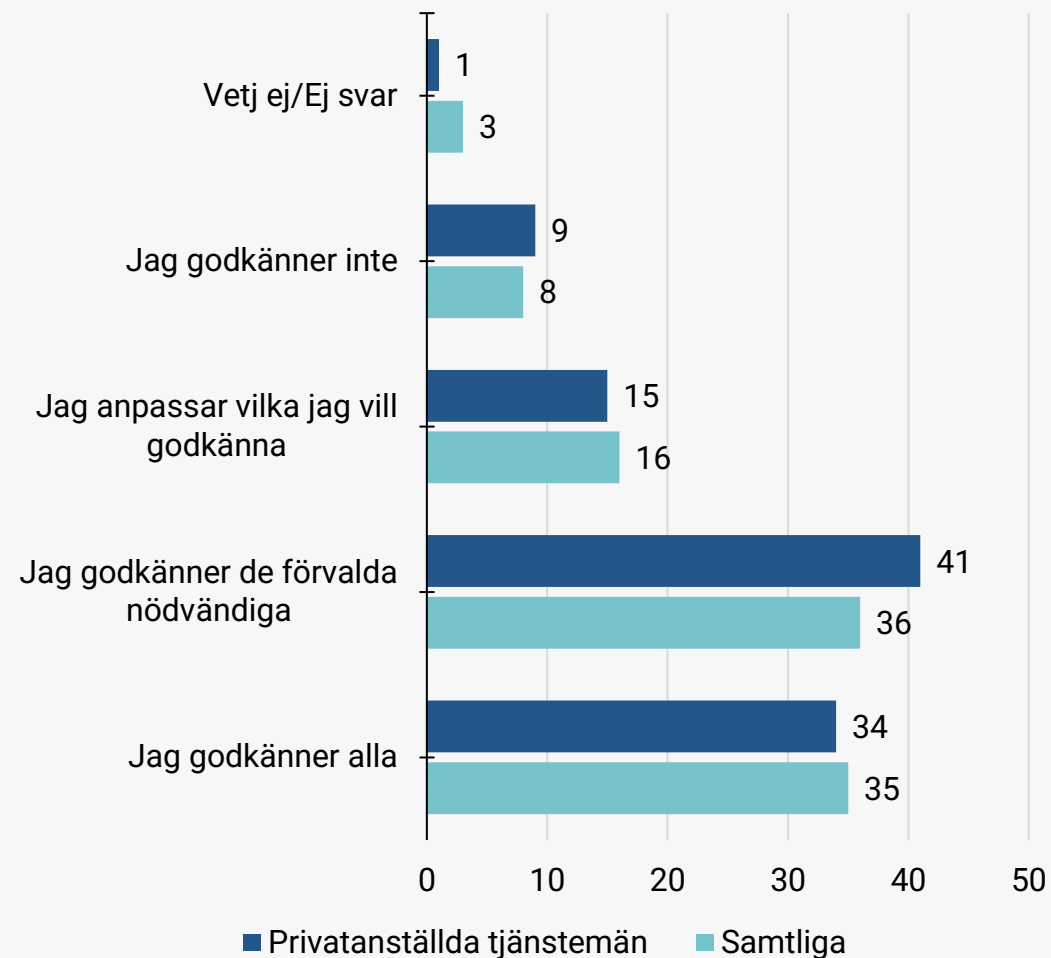
Hantering av "cookies"

Ett av de vanligaste sätten för företag att inhämta information om människor på nätet är genom så kallade "cookies" (kakor på svenska). Cookies används dels för att förbättra användarupplevelsen (som att spara basala uppgifter som lösenord och användarnamn när man ska logga in), men också för att ge riktad reklam till användaren baserad på din sökhistorik, vilka webbsidor du besöker eller vilka annonser i sociala medier som du "gillar" (tredjepartcookies).

De flesta godkänner cookies rakt av, när de får frågan på en hemsida. Sju av tio (69 procent) godkänner alla cookies eller de som rekommenderas på sajten. Lite mer än en av fyra (28 procent) anpassar cookies själva eller godkänner inte alls.

Fördelningen är snarlik för privatanställda tjänstemän. Tre av fyra (75 procent) godkänner cookies medan lite mindre än en av fyra (24 procent) gör egna inställningar eller godkänner inte alls.

Hantering av cookies på hemsidor



N: 3 010

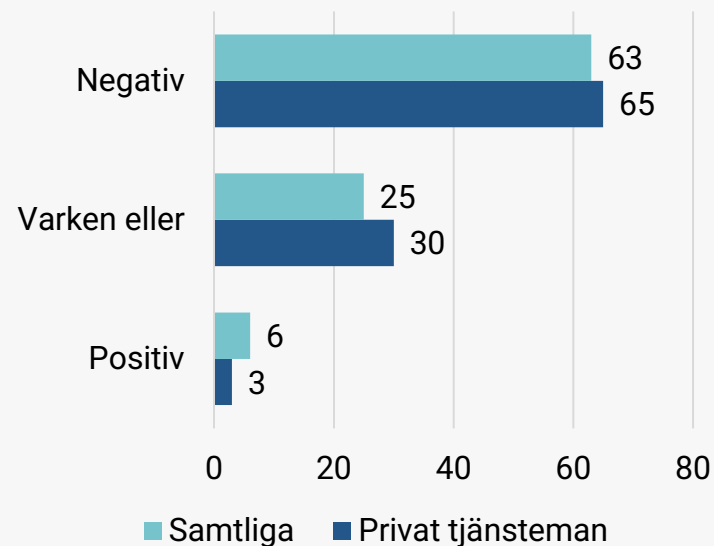


Inställning till olika sätt som företag kan använda data de samlar in från oss

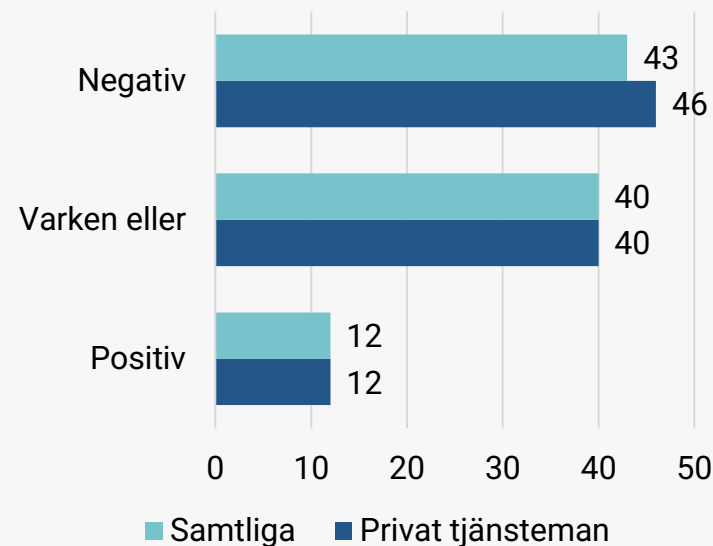
En betydande del av användningen av digitala tjänster hjälper företagen att samla in information från oss användare. Informationen används exempelvis för att sälja vidare till andra företag, till att målgruppsanpassa reklam erbjudanden eller mer oskyldigt till att förbättra den tjänst som företaget säljer.

En betydande del av hushållen använder digitala tjänster och känner till hur informationen används. Samtidigt är de överlag skeptiska till hur informationen kan komma att användas. Två av tre privatanställda tjänstemän är negativt inställda till att information om dem säljs vidare. Närmare hälften är negativt inställda till att informationen används till riktade erbjudanden/reklam. Däremot finns en mer luttrad opinion kring att informationen används för att förbättra tjänsten. Sammantaget ger resultaten vid handen att användare vill använda de populära tjänsterna, men inte att informationen om dem används vidare.

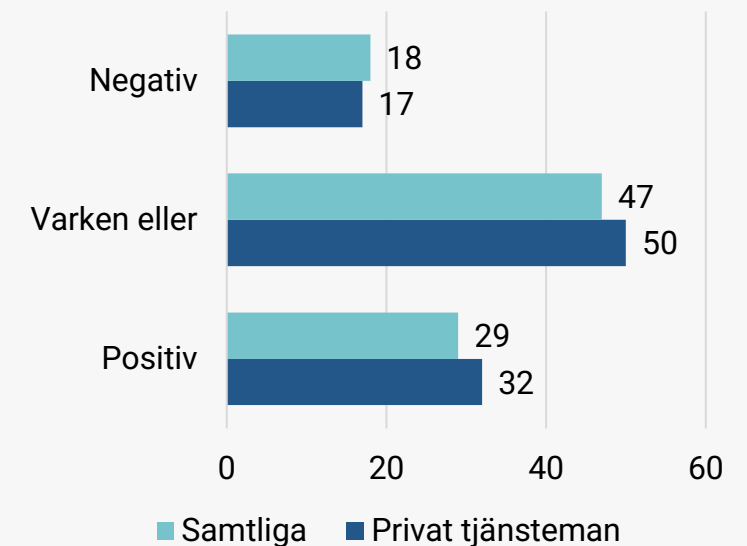
Till att sälja vidare anonymiserad data till utomstående företag och organisationer, %



Till att rikta anpassad reklam och erbjudanden till mig, %



Till att anpassa och förbättra tjänsterna jag använder, %



N: 3 010

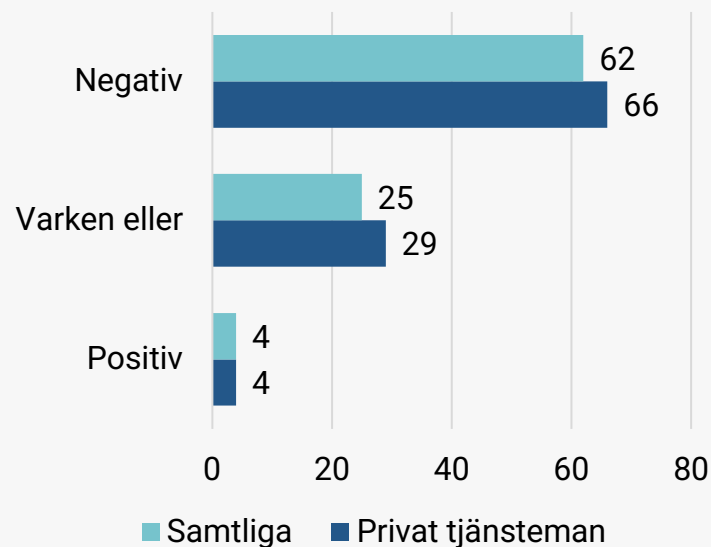


Inställning till olika sätt som företag kan använda data de samlar in om en

Bland höganvändare av digitala tjänster som möjliggör övervakning av den egna aktiviteten

Även bland användare som i hög utsträckning använder tjänster som lämnar digitala spår är man överlag negativt inställd till att informationen används på andra säljs vidare.

Till att sälja vidare anonymiserad data till utomstående företag och organisationer



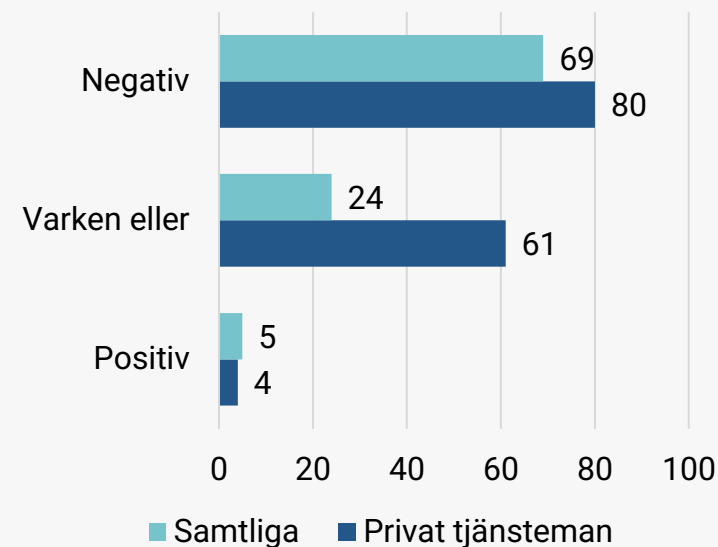
N: 1 330

Inställning till olika sätt som företag kan använda data de samlar in om en

Bland höganvändare av digitala verktyg som möjliggör övervakning av andra

Även höganvändare av tjänster där man själv övervakar andra är man överlag negativt inställd till att information om andra säljs vidare.

Till att sälja vidare anonymiserad data till utomstående företag och organisationer



N: 360





Övervakning på arbetsplatsen

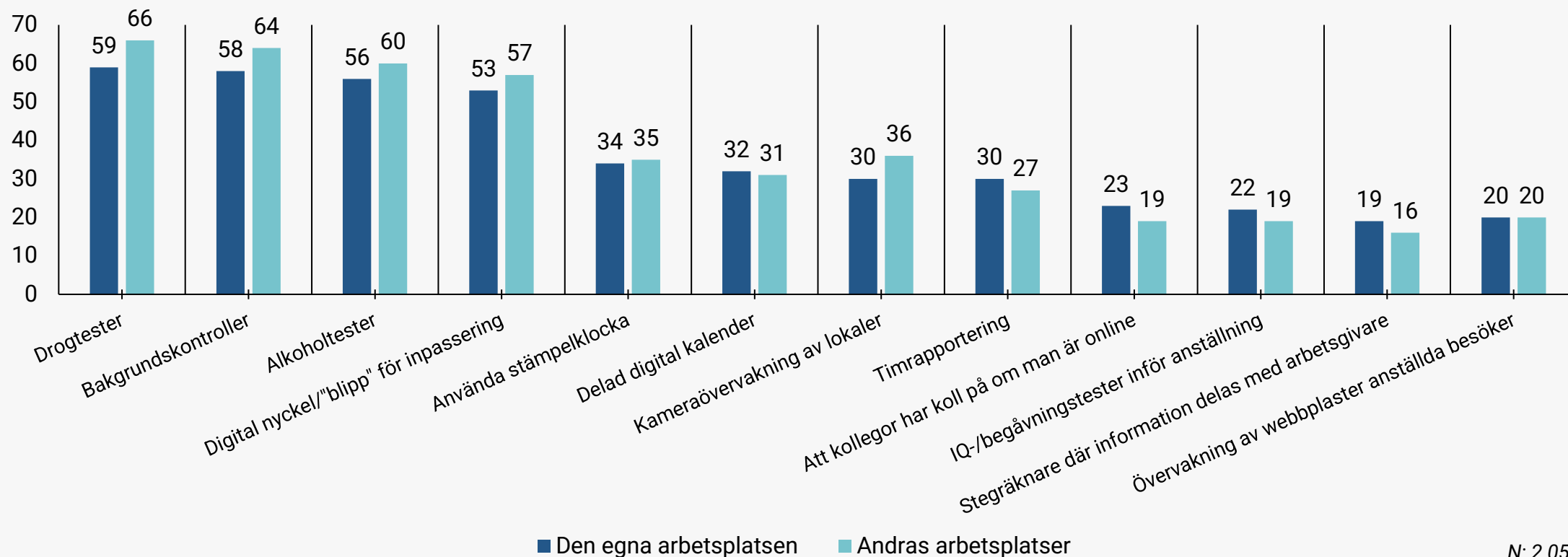


Inställning till kontroll på arbetsplatsen

Andel positiva, bland samtliga

Arbetsplatser använder i dag ett batteri av tjänster och funktioner som på olika sätt involverar övervakning eller intrång på den personliga integriteten. Acceptansen för dessa skiljer sig beroende på om det rör den egna arbetsplatsen eller en arbetsplats generellt. Överlag har hushållen lägre acceptans på den egna arbetsplatsen.

En majoritet av hushållen är har högre acceptans för drog- och alkoholtester, bakgrundskontroller och lägre acceptans för digitala tjänster som på olika sätt kan spåra den egna digitala aktiviteten. Exempelvis är endast 24 % positivt inställda till att kollegor skulle ha koll på om man är online statusmarkören ("online", "upptagen", "stör ej") i sociala chattkanaler som Teams, Slack, Zoom.



N: 2 050

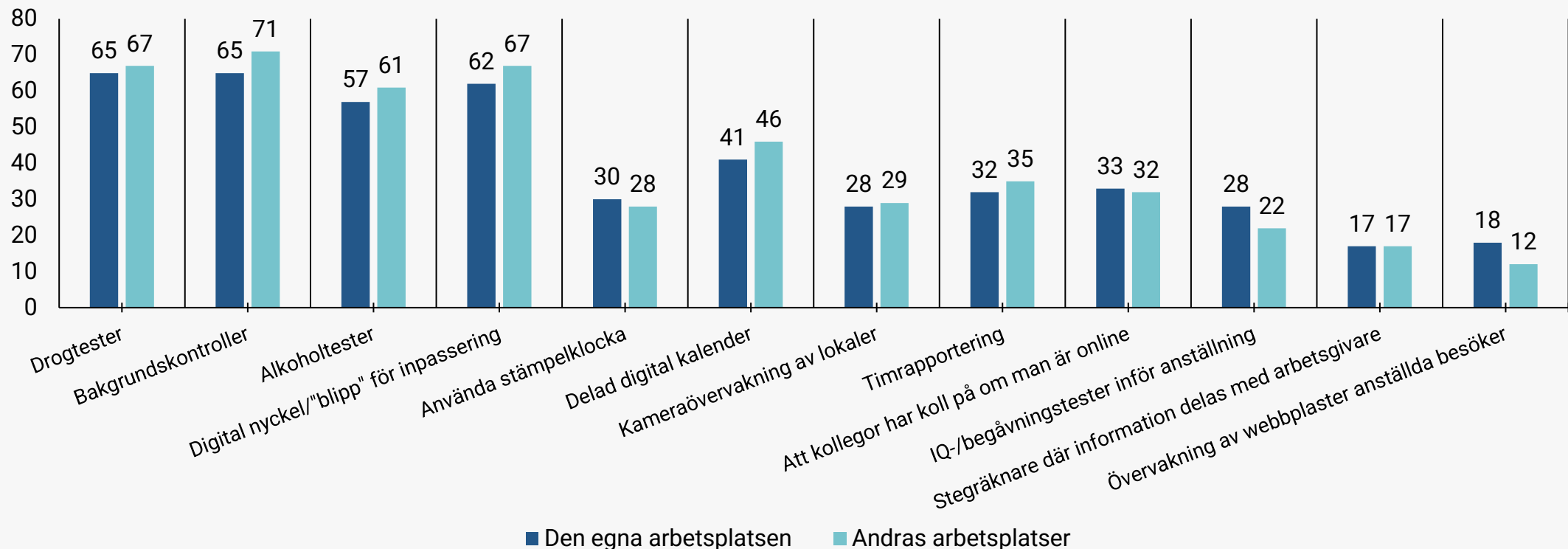


Inställning till kontroll på arbetsplatsen

Andel positiva, bland privata tjänstemän

Privatanställda tjänstemän är flitiga användare av digitala tjänster som lämnar spår om den egna digitala aktiviteten. Trots det är det få som är positiva till att den egna arbetsplatsen använder tjänster och funktioner som på olika sätt kan spåra den enskilde.

Som hos det genomsnittliga hushållet syns högre tolerans för drog- och alkoholtester, men också bakgrundskontroller. Men låg acceptans för övervakning som kameraövervakning, eller att man spårar webbsidor som den enskilda besöker – trots att det är vad cookies också gör. Under hälften är positivt inställda till en så pass vanlig tjänst som en delad digital kalender.



N: 290



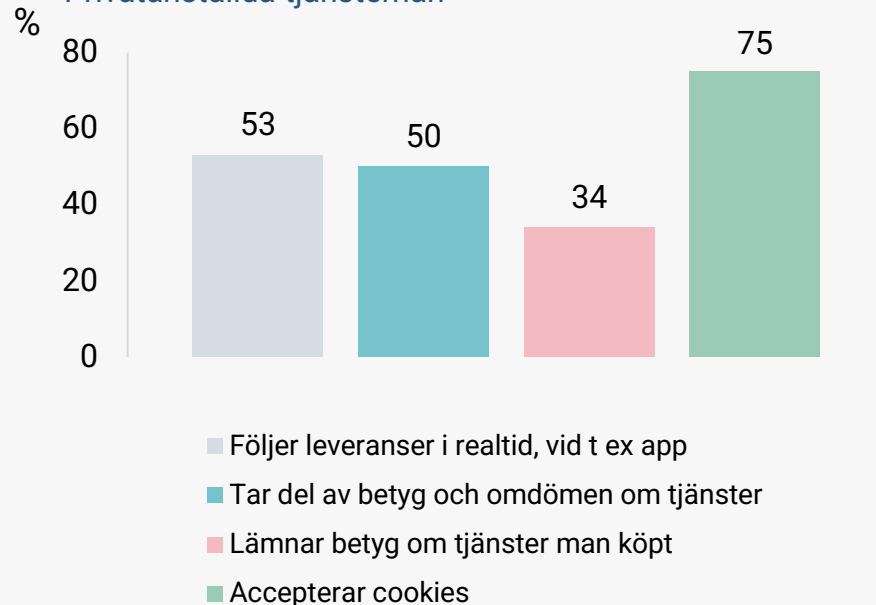
Målkonflikter och paradoxer

Genomgående i undersökningen syns målkonflikter och paradoxer. Exempelvis är användningen av digitala tjänster hög, men man vill inte att företagen använder informationen vidare. Man vet hyggligt bra hur företagen kan använda informationen man lämnar efter sig, men använder tjänsterna ändå och accepterar valda cookies.

Hur ser relationen ut mellan att själv använda tjänster som gör det möjligt att övervaka andra eller accepterar att bli övervakad, och att själv bli föremål för övervakning på arbetsplatsen? Även här syns en paradox. Exempelvis följer varannan leveranser i realtid ("var budet befinner sig"), men dryga en av tre skulle själva inte vilja ge samma slags information till sin arbetsgivare (stegräknare eller stämpelklocka). Tre av fyra godkänner cookies, men varannan är negativt inställd till att arbetsplatsen övervakar vilka sidor man besöker.

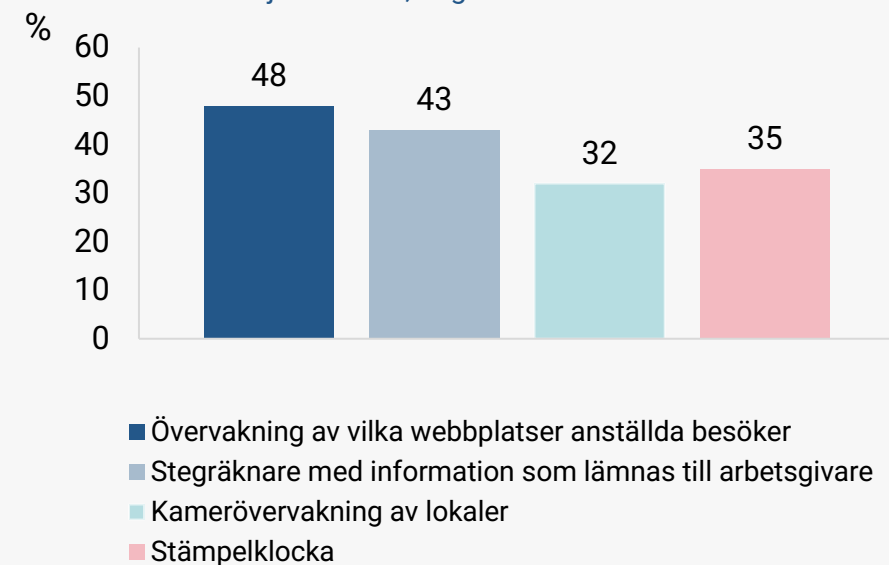
Vanor och inställning

Privatanställda tjänstemän



Inställning till att själv bli övervakad av arbetsgivare

Privatanställda tjänstemän, negativa





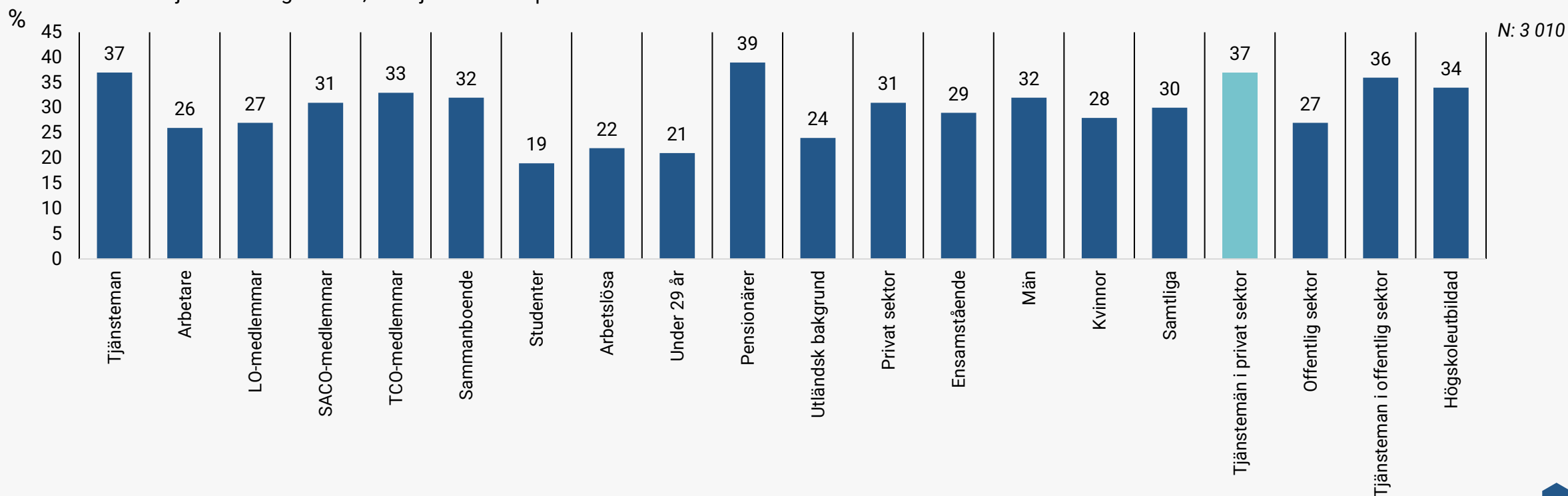
Integritetsindex



Integritetsindex

Ett av undersökningens syfte handlar om att uppskatta hur digitalt medvetna hushållen är om hur information om dem kan användas, i relation till deras faktiska digitala beteenden. Förenklat uttryckt ska undersökningen uppskatta hushållens digitala integritet. För att undersöka integritetsindex undersöker vi svarande som: 1) använder digitala tjänster som lämnar digitala spår och/eller har som vana att godkänna alla eller förvalda cookies; 2) svarar att man känner väl till hur personlig information som man lämnar vid användandet av digitala tjänster kan användas av företag; 3) vara negativt inställd till att anonymiserad data som samlas in säljs vidare till utomstående företag och organisationer.

Ett lågt värde indikerar hög digital integritet. Ett högt värde indikerar låg digital integritet. Av alla undersökta grupper har studenter och unga bäst värden på integritetsindex. De är digitalt mogna och säkerhetsmedvetna konsumenter av digitala tjänster. Sämst värden har pensionärer. Näst sämst värden har tjänstemän generellt, och tjänstemän i privat sektor.



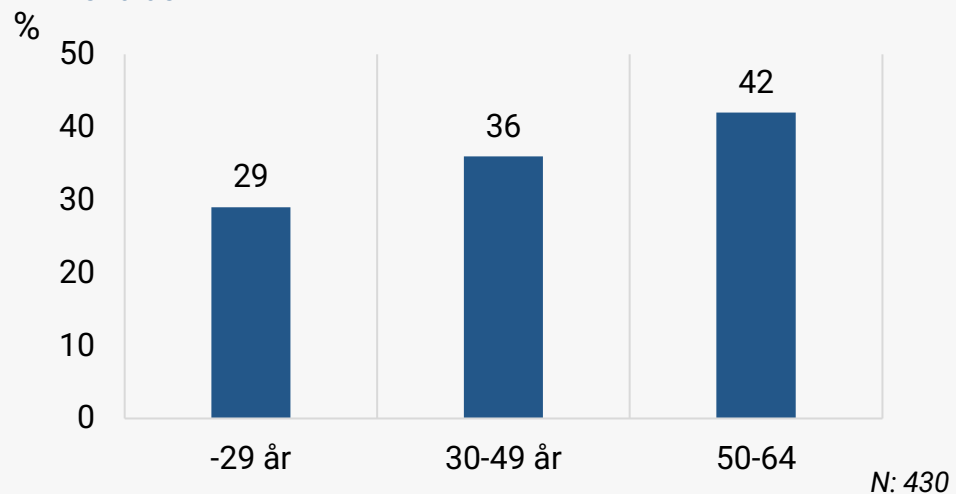
Integritetsindex

En djupare analys av resultaten visar att integritetsindex drivs av tre huvudsakliga faktorer: ålder, kön och om man är tjänsteman eller arbetare. Män har generellt sämre värden än kvinnor. Äldre har sämre värden än yngre. Tjänstemän har sämre värden än arbetare.

Kombinationen ger vid handen att den grupp som har *sämst* värden i integritetsindex är äldre tjänstemän.

Integritetsindex bland tjänstemän

Per ålder



Integritetsindex

Per ålder och kön

