



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Integritet i Googles tjänster

En studie om Googles sekretesspolicy

Privacy in Google services

A study on Google's privacy policy

ANDERS KARLSSON
OSCAR MAXÉN DAHLGREN

Kandidatuppsats i informatik

Rapport nr. 2012:026
ISSN: 1651-4769

Abstrakt

Den 1 mars 2012 togs Googles nya sekretesspolicy i bruk, vilket är ett avtal som gäller för alla Googles tjänster. Detta innebär bland annat att till exempel sökhistorik kan sparas av Google för all framtid och kan även kopplas till det specifika kontot de första 18 månaderna. Vi antar att få personer läser detta avtal och har hypoteser om att en större kunskap om policyns innehåll påverkar synen och/eller användandet av Googles tjänster. I denna studie har vi utfört enkätundersökningar på IT-universitetet i Göteborg för att se hur många som har läst eller har kunskap om Googles policy och sedan även undersöka om en större kunskap i Googles sekretesspolicy påverkar synen eller användandet av Googles tjänster. Vi har funnit att en mycket liten andel (2 av 76) påstår sig ha läst policyn i sin helhet men att deltagarna i undersökningen ändå hade kunskap eller aningar om vad den innehåller. Efter en större insikt i policyns innehåll har vi inte sett någon märkbar påverkan av användandet av Googles tjänster men ca en fjärdedel av deltagarna i undersökningen anser att deras syn på Googles tjänster och Google som företag har förändrats. Merparten av dessa deltagare uttrycker en oro av den större kunskapen om policyn. Även om dessa deltagare uttrycker en oro svarar de att de inte kommer ändra sitt beteende vid användande av dessa tjänster.

Nyckelord: Google, integritet, sekretesspolicy, datainsamling

Abstract

On March 1, 2012, Google introduced its new privacy policy which is applicable to all Google services. This means that search history may be saved by Google indefinitely and may also be associated with the specific account during the first 18 months. We assume that few people read this policy and we have hypotheses that a deeper knowledge of the contents of the privacy policy affects how users perceive Google as a company and/or the usage of Google services. In this study, we have conducted surveys at the IT University of Gothenburg, to investigate how many participants that have read or possess some knowledge of the privacy policy. We have found that very few participants claim to have read the privacy policy. However, the participants generally have some knowledge of the policy. Despite having gained deeper knowledge of the privacy policy, there is no noticeable effect on the usage of Google services, but approximately 1/4 of the participants claim that the way they perceive Google as a company has changed. A majority of the latter express an amount of concern as a result of the gained knowledge of the policy. Although these participants show concern, they do not make any changes to the way they use Google services.

Key words: Google, privacy, policy, data gathering

Förord

Vi vill tacka vår handledare Agneta Ranerup för en god och positiv vägledning vid utförandet av denna studie. Tack Dick Stenmark för goda råd om analysmetoder! Vi vill även tacka alla som deltagit i vår enkätundersökning som gjort denna studie möjlig.

Innehåll

Introduktion	6
Frågeställning	6
Teori	8
Integritet.....	8
Integritet i vardagslivet	8
Googles sekretesspolicy	9
Android.....	10
Motstrategier.....	11
Relaterade studier	12
Metod	14
Forskningsetik	14
Tillvägagångssätt	15
Statistisk analys	16
Statistisk signifikans	16
T-test.....	17
Resultat.....	19
Diskussion	24
Slutsats	27
Förslag till fortsatt forskning	27
Källförteckning.....	28
Bilagor.....	30

Introduktion

Google påbörjar i mars månad ett nytt avtal som ger dem rätten att bevara din sökhistorik på Google för all framtid. De första 18 månaderna kommer historiken även vara bunden till din identitet vilket kan anses integritetskänsligt. Detta gäller alla som har ett konto på Gmail, Blogger, YouTube, Picasa, Reader, Google+ eller någon annan Google-tjänst. Många anser att denna sekretesspolicy kan ses som skrämmande av användare och bland annat Nyheter24 (Järlehag 2012) uppmanar användare att kontrollera sina inställningar vilket kan påverka hur dessa utbredda tjänster kommer användas. Det är inte första gången som Googles sekretesspolicy uppmärksammas i media och forskningssammanhang. Ämnet har behandlats i bland annat ”Privacy in the age of Google and Facebook” (Dwyer 2011) där författaren utreder Googles, enligt henne, tveksamma datainsamlingsmetoder. En annan problematik som behöver belysas är att andelen som överhuvudtaget läser igenom eller gör sig införstådd med de avtal som accepteras när de startar en ny tjänst, är mycket liten. Personer med en viss etnisk bakgrund, sexuell läggning eller sjukdomar kan komma att utnyttjas då konfidentiella medicinska uppgifter m.m. kan komma att delas till tredje partens företag om användaren inte förstätt vad som menas med ”känsliga uppgifter”. Som användare av en Google-tjänst kan även många känna en falsk trygghet genom att de inte använder fullständigt korrekta användaruppgifter vid skapandet av deras konton. Vad icke insatta personer kanske inte vet är att Google samlar in en mängd information som ändå kan knyta kontot till dig som person eller ditt hushåll då information om den specifika maskinen du använder samlas in, samt IP, uppgifter från din bredbandsleverantör osv. I en studie utförd av amerikanska forskare fann man att en högre andel ”unga vuxna” (18-24 år) i USA felaktigt tror att lagen skyddar deras integritet online i större utsträckning än den egentligen gör. Denna kunskapslucka kan vara en bidragande orsak till att de uppvisar ett mer oaktsamt beteende vid användning av webbaserade sociala nätverk (Hoofnagle et al. 2010). Denna studie bidrog till att vi fick upp ögonen för en problemställning som vi tror även gäller för Google-användare. Vilken information Google har rätt att samla in är något vi studerar med hjälp av deras sekretesspolicy som vi sedan upplyser deltagarna i vår undersökning om.

I denna studie utför vi två kopplade enkäter som blir underlag för statistisk och kvalitativ analys. Undersökningen ämnar kartlägga deltagarnas syn och användande av Googles tjänster.

Frågeställning

Den nya sekretesspolicy som börjat gälla för Googles tjänster som ovan nämnts har alltså bemötts av starka reaktioner som i samband med införandet syns i media. Vi antar att få användare är införstådda med vad Googles policy innebär och att många kan ändra både sin syn på Google som företag och sitt beteende vid användandet av deras tjänster.

Hypotes 1: En större kunskap i Googles sekretesspolicy förändrar synen på Google och Googles tjänster.

Hypotes 2: En större kunskap i Googles sekretesspolicy förändrar användandet av Googles tjänster.

Dessa hypoteser grundar sig i den oro kring Googles sekretesspolicy som uttryckts i media och på internet. Då vi studerat policyn närmare har vi funnit punkter som vi finner integritetskänsliga vilket vi menar kan bidra till en förändrad syn eller användande av Googles tjänster och även en känsla av större behov att dölja sina spår när man surfar på internet.

Syftet med denna studie är att studera och utvärdera användares syn på Googles sekretesspolicy och tjänster. Vi har därför kommit fram till följande frågeställning:

- Vad anser användare om Googles nya policy med avseende på integritetsaspekten?
- Hur kan en större insikt i sekretesspolicyn påverka användares syn eller beteende vid användandet av dessa tjänster?

Med ”integritetsaspekten” menar vi den trygghet personen känner i att inte personlig information (det vill säga den information som personen själv känner är personlig) inte sprids. En ytterligare aspekt är vilken tillit personen känner till Google som företag rörande hur informationen de har tillgång till kommer att nyttjas på sätt som personen känner sig bekväm med.

Med ”en större insikt i sekretess- och licensavtalen” menar vi ett större och tydligare kunnande om vad avtalet innehåller och vad Google har rätt att göra. Användares syn avser den trygghetskänsla och tillit som nämnts ovan och beteende avser hur personen i praktiken använder tjänsterna. Användandet kan vara annorlunda om personen känner trygghet eller ej vilket vi hoppas ha exempel på efter vår undersökning.

Teori

Vi kommer i detta avsnitt inleda med att mer utförligt definiera begreppet *integritet* för att sedan undersöka vad i den aktuella sekretesspolicyn som eventuellt kan vara integritetskänsligt, genom att granska den grundligt. Vi kommer sedan beskriva hur Android-enheter berörs då dessa också omfattas av den nya policyn. Vidare beskriver vi hur man kan begränsa mängden information Google kan samla in om en användares surfvanor då detta är relevant för alla Google-användare. Teoristycket avslutas med en presentation av studier som också behandlar integritetsfrågor hos webbtjänster. I teoristycket har vi i vissa fall av tydlighetsskäl valt att behålla citat från engelskspråkiga källor på engelska för att inte riskera att ändra citatets betydelse.

Integritet

Hur definierar man ”integritet”? Hur vet man om någonting är ”integritetskränkande”? Är det rent subjektivt? Kan ens integritet bli kränkt trots att man exempelvis har gett sitt medgivande i samband med skapandet av ett konto? Det finns en mängd svårigheter när man ska definiera begreppet ”integritet”. Enligt Onn et al. (2005, s. 4) beror detta på ”the fact that various interests protected by the right are also protected by other laws and due to the fact that privacy is affected by political, social and economic changes and by technological developments.”, vilket innebär att begreppet har olika betydelser i olika länder och kulturer. Det finns även språkliga svårigheter vid översättningen av detta begrepp. Av alla översättningar av sekretess och integritet har vi funnit att det inte är engelska termen ”integrity” som används i dessa sammanhang, utan ”privacy” som är den bäst överensstämmande för denna studie.

Författarna har studerat juridisk och akademisk litteratur och har med hjälp av den formulerat följande definition:

“The right to privacy is our right to keep a domain around us, which includes all those things that are part of us, such as our body, home, thoughts, feelings, secrets and identity. The right to privacy enables us to choose which parts in this domain can be accessed by others, and control the extent, manner and timing of the use of those parts we choose to disclose” (Onn et al. 2005, s. 12). Integritet beskrivs alltså som rätten att välja vilken personlig information man vill dela med sig och hur denna information används av andra.

Integritet i vardagslivet

Integritetsfrågan har i takt med den tekniska utvecklingen blivit ett allt hetare diskussionsämne. Medan det förr i tiden mestadels handlade om att skydda väldigt känsliga uppgifter såsom hälsotillstånd, sexuell läggning etc, verkar det idag även vara angeläget att skydda integriteten med hänsyn till ”mindre känsliga” uppgifter om namn, adress, födelsedatum, civilstatus, yrkesstatus, konsumentbeteende etc. Tidigare var möjligheten att kränka någons integritet begränsad, men i dagens högteknologiska värld har många av dessa begränsningar försvunnit (Onn et al. 2005).

Genom våra dagliga aktiviteter lämnar vi både frivilligt och ofrivilligt ut information om oss till olika företag och organisationer. Ett scenario kan se ut som följer: Du vaknar och sätter dig framför datorn för att surfa vilket kan medföra att cookies, som är små datafiler som kan

lagra och skicka vidare information via internet, sparas. Du ska sedan till jobbet och väljer kollektivtrafik som transportmedel där information om tidpunkt och plats för på- och avstigning registreras när du stämplar ditt kollektivtrafikkort, samtidigt som du under turen blir filmad av minst en övervakningskamera. Väl på jobbet, loggar du in på datorn vars trafik övervakas av din chef och även i det här momentet sparas cookies från de webbsidor du besöker. Efter jobbet handlar du mat i en livsmedelsbutik och använder ett bankkort för att genomföra betalningen vilket registreras hos din bank.

Googles sekretesspolicy

Från och med den 1 mars 2012, gäller en och samma policy för de 60 olika tjänsterna som Google tillhandahåller. Tidigare hade Google en mängd olika användaravtal för de olika tjänsterna, men i och med den nya sekretesspolicyen sammanställs informationen om en användares användning av dessa tjänster. Till exempel kan information som samlas in från Gmail användas av YouTube för att rikta anpassad reklam till användaren. EU:s dataskyddsmyndigheter har riktat skarp kritik mot Googles nya policy och anser att den bryter mot den europeiska dataskyddslagstiftningen. I ett brev till Google från den franska dataskyddsmyndigheten CNIL, uttrycks oro över policyn. "CNIL och de europeiska dataskyddsmyndigheterna är djupt oroadade över hur personuppgifter kan sammanställas mellan olika tjänster. Myndigheterna har starka tvivel om processen är laglig och om den stöder europeisk dataskyddslagstiftning." (Gunn 2012).

"Information som vi samlar in från våra tjänster används för att tillhandahålla, underhålla och förbättra tjänsterna, utveckla nya tjänster och skydda Google och våra användare." Detta är ett utdrag ur Googles sekretesspolicy som visar på att Google vill uttrycka att information samlas in för att förbättra användarupplevelsen av sina tjänster. Genom att läsa denna policy får användaren enligt Google "full insyn" i hur informationen används och även tips på hur man kan skydda sin integritet vid användning av deras tjänster. Information samlas in bland annat genom att man anger denna, till exempel namn, telefonnummer och kreditkortsnummer vid registrering av ett Google-konto. Google samlar även in information om vilka tjänster man använder och hur man använder dem, till exempel information om den enhet som används (maskinvarumodell, operativsystem, telefonnummer m.m). Platsinformation samlas in med hjälp av GPS-signaler, mobilmaster och WiFi-åtkomstpunkter. Informationen används för att ge användaren anpassade sökresultat och annonser samt för att förbättra användarupplevelsen och kvaliteten på Google-tjänsterna (Google 2012).

Vid visning av anpassade annonser, kommer cookies innehållande vissa känsliga personuppgifter såsom etniskt ursprung, religion, sexuell läggning och sjukdomstillstånd ej användas. Dessa uppgifter kan dock komma att användas av Google i andra syften. För att dela information som tillhör kategorin "Känsliga personuppgifter" fordras användarens aktiva samtycke. Vad exakt som menas med aktivt samtycke är oklart. Användaren har möjlighet att till viss del påverka vilken information Google ska få ta del av, bland annat genom att redigera annonspreferenser och även ta bort *vissa* annonseringstjänster. Man kan även ställa in webbläsaren så att cookies blockeras vilket dock kan leda till att Google-tjänsterna inte fungerar optimalt. Google delar personuppgifter med företag och personer utanför Google om samtycke medgivits. Google behåller sig rätten att dela information med parter utanför

organisationen om de har ”goda skäl att tro att åtkomst, användning, bevarande eller avslöjande av sådana uppgifter i rimlig mån är nödvändig” bland annat för juridiska processer, för att upptäcka och motverka bedrägerier och säkerhetsluckor (Google 2012).

Informationen som samlas in av Google skyddas mot obehörig åtkomst med hjälp av diverse säkerhetsåtgärder såsom kryptering av tjänster med SSL-teknik, avtal med Googles anställda och leverantörer om strikt tystnadsplikt, den inbyggda funktionen *Säker webbsökning* i webbläsaren Google Chrome m.m. (Google 2012).

Android

Även användare av så kallade smartphones och andra portabla enheter med operativsystemet Android som är utvecklat av Google, måste acceptera denna policy för att kunna utnyttja alla Googles tjänster. I februari 2012 uppgick antalet aktiverade Android-enheter till 300 miljoner världen över och 850 000 enheter aktiveras varje dag, enligt Googles Andy Rubin (2012).

Hela sekretesspolicyn gäller även användare av Android-enheter men det är vissa punkter som verkar vara speciellt utformat för dessa. Se följande utdrag från Googles sekretesspolicy:

- **Enhetsinformation**

Vi kan samla in information om den specifika enheten (till exempel maskinvarumodell, operativsystemets version, unikt enhets-ID och ditt telefonnummer eller annan information om mobila nätverk). Google kan koppla dina enhets-ID:n eller ditt telefonnummer till ditt Google-konto.

- **Logginformation**

När du använder våra tjänster eller visar innehåll som tillhandahålls av Google kan vi automatiskt samla in och spara viss information i serverloggar. Loggdata kan innehålla följande:

- Information om hur du använde vår tjänst, till exempel dina sökfrågor.
- Information om telefoni, till exempel ditt telefonnummer, den uppringande partens nummer, vidarekopplingsnummer, samtalslängder, SMS-routning och samtalstyper.
- Internet Protocol-adress.
- Enhetshändelser som krascher, systemaktivitet, maskinvaruinställningar, webbläsartyp, webbläsarspråk, datum och tid för din begäran och hänvisningsadress.
- Cookies som kan identifiera din webbläsare eller ditt Google-konto.

- **Platsinformation**

När du använder Googles platsaktiverade tjänster kan vi samla in och behandla information om var du befinner dig, till exempel GPS-signaler från en mobilenhet. Vi kan också bestämma platser med hjälp av olika tekniker, till exempel sensordata från din enhet som kan informera om mobilmaster och Wi-Fi-åtkomstpunkter i närheten (Google 2012).

Med hjälp av utdragen ovan kan vi se att Google kan samla in och spara information om bland annat användarens telefonnummer och den uppringande partens nummer, något som kan

tänkas uppfattas som integritetskränkande av vissa. När Googles platsaktiverade tjänster används, kan användarens exakta position (bestäms med hjälp av GPS) alternativt mindre exakta position (bestäms med hjälp av till exempel närliggande mobilmaster) fastställas i realtid. Information om användarens position uppdateras alltså ständigt så länge denna funktion är aktiverad.

Android-användare kan välja att inte logga in på sitt Google-konto utan att det kommer påverka möjligheten att ringa, skicka och ta emot sms samt surfa. Däremot kommer man inte kunna nyttja vissa Google-applikationer förrän man har kopplat enheten till ett Google-konto.

Motstrategier

För de användare som önskar begränsa mängden information man lämnar ut vid olika aktiviteter som inbegriper någon Google-tjänst, finns en mängd tillvägagångssätt för att åstadkomma det. Vi kommer här presentera några av de vanligast förekommande metoderna som kan betraktas som allmänkunskap hos användare med stor datorvana.

- **Logga ut från Google-kontot**
Genom att se till att inte vara inloggad på sitt Google-konto när man surfar, minskar risken för att den information Google samlar in kan kopplas till användaren.
- **Blockera/rensa cookies**
Webbläsare erbjuder möjlighet att blockera och rensa Cookies. Cookies sparar information om dina surfvanor och preferenser för att skapa en bild av en användare/besökare.
- **Inkognitoläge/privat surfning**
De flesta webbläsare erbjuder ett temporärt anonymitetsläge vilket innebär att webb- och filhämtningshistorik inte sparas samt att nya cookies rensas efter varje session.
- **VPN/Proxy**
VPN (Virtuellt privat nätverk) används för att skapa en säker förbindelse mellan två punkter i ett osäkert nätverk (Wikipedia 2012a). En proxytjänst kan ge användare möjlighet att dölja eller byta identitet på internet (Wikipedia 2012b).

Dessa funktioner används mestadels av personer med god datorvana. Vi presenterar dessa funktioner och tjänster för att det kan vara av intresse för mindre insatta datoranvändare som vill skydda sin identitet online samt för att några av begreppen använts i vår enkätundersökning.

Relaterade studier

I en studie utförd av forskare vid University of California och University of Pennsylvania, har amerikaners (18-24 år) attityder till personlig integritet vid användning av internetjänster studerats med en kvantitativ ansats. Med tanke på dagens sociala medier såsom Facebook och den information som användarna frivilligt delar med sig, är det lätt att dra slutsatsen att många unga inte bryr sig om personlig integritet online. Studien visar dock att denna slutsats inte helt överensstämmer med verkligheten. ”Den kommer utmana många förutfattade meningar som finns om unga vuxna och deras attityder kring integritet” säger forskaren Mary Madden i en artikel på msnbc.com (2010). I undersökningen tillfrågades 1000 amerikaner som var 18 år eller äldre. I studien framkommer det bland annat att:

- 82 % av de unga vuxna (18-24 år) som tillfrågades, har någon gång vägrat lämna ut information som de ansett har varit för personlig eller onödig.
- 84 % anser att foton på dem som laddas upp på en webbsajt skall först godkännas av dem.
- 40 % anser att chefer borde riskera åtal och fängelse om deras företag använder någons personliga information på ett olagligt sätt.
- Hela 88 % anser att det bör finnas en lag som kräver att webbsajter och annonsföretag raderar all lagrad information om en individ.

”Ja, det finns unga personer som lägger upp oanständiga bilder och personlig information, men dessa anekdoter speglar inte vad den genomsnittliga unga personen gör online”, säger Chris Hoofnagle (Hoofnagle et al. 2010), medförfattare till studien. Studien visar att det inte finns någon signifikant skillnad mellan unga vuxna (18-24 år) och övriga vuxna (25 år och uppåt) i deras syn på personlig integritet. I studien fann man att en högre andel unga vuxna i USA felaktigt tror att lagen skyddar deras integritet online i större utsträckning än den egentligen gör. Denna kunskapslucka kan vara en bidragande orsak till att de uppvisar ett mer oaktsamt beteende vid användning av webbaserade sociala nätverk.

Studien ovan har alltså gjorts med fokus på Facebook och andra webbaserade sociala nätverk. Vi vill i denna studie undersöka hur användare av Googles tjänster ställer sig till liknande problemställningar, alltså sådana som rör integritet och användares syn på att lämna ut ”känslig” information.

Det är inte första gången Googles sekretesspolicy och insamlingsmetoder uppmärksammas. Ämnet har behandlats i ett flertal studier, bland annat i *Privacy in the Age of Google and Facebook*, författad av Catherine Dwyer (2011). Google genererar intäkter genom att samla in och sälja information och det ligger därför i deras intresse att tänja på integritetsgränserna så mycket som möjligt, menar Dwyer. Googles VD Eric Schmidt sa i en intervju till den amerikanska TV-kanelen CNBC att ”If you have something that you don’t want anyone to know, maybe you shouldn’t be doing it in the first place”, ett uttalande som uppfattades som ett avfärdande av vikten av integritet och sekretess online (CNBC 2011).

En av Googles mest kontroversiella teknologier är Street View som är en del av tjänsterna Google Maps och Google Earth och erbjuder en panoramavy av gator och vägar världen över.

Dessa data samlas in med hjälp av så kallade Google-bilar som kör runt och tar stillbilder som sedan sparas i en bilddatabas för att erbjuda Street View-tjänster (Dwyer 2011).

Bilarna framförs endast på allmänna gator men kamerorna riktas mot privat egendom och individer vilket orsakat uppståndelse. I vissa länder är Street View förbjudet på grund av nationell säkerhet medan det i andra länder tillåts endast om identifierbara ansikten maskats. I maj 2010 meddelade Google att Google-bilar under en treårsperiod "oavsiktligt" samlat in data från publika trådlösa nätverk, och bland dessa data fanns användares e-postadresser och tillhörande lösenord. Efter denna händelse meddelade Google att man förbättrat de interna processerna för integritetskontroll för att undvika att något liknande ska inträffa igen. Dwyer menar att denna tidigare avsaknad av kontroll är "förskräckande". "A more robust solution would be consensus on an internet privacy bill of rights, along with a corporate culture that takes preventative action to protect privacy", påstår Dwyer. Antalet förfrågningar som gjorts till Google för att få ut information om en brottsmisstänkt användares konto har ökat för varje år. Datan som efterfrågas kan innehålla allt som Google samlat in om användarens onlineaktiviteter, webbhistorik, mejlkorrespondens samt IP-adresser, och det räcker med att användaren är brottsmisstänkt för att Google ska lämna ut denna information (Dwyer 2011).

"We cannot underestimate the power of the online revolution unleashed by Google and Facebook, but we cannot ignore the inherent vulnerabilities their size brings to digital social databases", skriver Dwyer (2011).

Vi har i detta avsnitt undersökt och definierat begreppet "integritet". Sedan har vi tittat närmare på Googles sekretesspolicy och hur den även berör Android-användare samt hur användare kan skydda sin integritet. Avslutningsvis har vi undersökt studier med liknande problemställning. Vi ämnar att i denna studie undersöka huruvida IT-studenter på Göteborgs universitet delar Dwyers och många andras oro vad gäller Google och integritetsfrågor.

Metod

Vi påbörjade vårt arbete med studien med att ta reda på vad det är för information som Google har åtkomst till och vad de sparar. Detta för att sedan kunna skapa väl genomtänkta enkäter för att undersöka människors uppfattning om Google och Googles tjänster. Vi undersökte även hur införstådda deltagarna var med de avtal som accepteras innan deras tjänster används och även om vi kunde se någon påverkan i användningen av dessa tjänster då testpersonerna fått ökad insikt i policyn.

För behandling av våra frågeställningar lämpade sig en blandning av kvalitativa och kvantitativa metoder. Vi använde oss av semistrukturerade enkäter innehållande ett antal frågor med fasta svarsalternativ och ett antal frågor där vi ville ge den tillfrågade utrymme att svara med egna ord. Ett exempel på en fråga kan vara ett utdrag från Googles sekretesspolicy med frågan om intervjuobjektet känner till det gällande villkoret. När vi utformade enkäterna var det viktigt att variera de fasta svarsalternativen. Genom att göra detta undvek vi att den tillfrågade fastnar i ett visst svarsmönster (Patel & Davidsson 2003).

Vi utförde två kopplade enkäter där enkät ett undersökte deltagares syn på och kunskap om policyn samtidigt som den innehöll en upplysande del som gav dem en större insikt i policyn. Enkät två undersökte om deltagares syn eller beteende vid användandet av Googles tjänster påverkats av den större insikten i policyn som enkät ett var avsedd att ge. Svaren analyserade vi sedan både statistiskt, med ett T-test, och kvalitativt med hjälp av svaren från de öppna frågorna som vi kopplade till övriga svar.

Forskningsetik

I vår undersökning har vi tagit stor hänsyn till de fyra etikreglerna för humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning som tagits fram av vetenskapsrådet, en myndighet som ansvarar för forskningsetiska frågor i Sverige (Patel & Davidsson 2011).

De fyra huvudreglerna är:

Informationskravet - Forskaren skall informera de av forskningen berörda om den aktuella forskningsuppdragets syfte.

Samtyckeskravet - Deltagare i en undersökning har rätt att själva bestämma över sin medverkan.

Konfidentialitetskravet - Uppgifter om alla i en undersökning ingående personer skall ges största möjliga konfidentialitet och personuppgifterna skall försvaras på ett sådant sätt att obehöriga inte kan ta del av dem. Frågan om konfidentialitet har ett nära samband med frågan om offentlighet och sekretess.

Nyttjandekravet - Uppgifter insamlade om enskilda personer får endast användas för forskningsändamål (Patel & Davidsson 2011).

Då deltagarna lämnade information till oss, var det nödvändigt att i förväg informera dem om syftet med undersökningen och att deltagandet var frivilligt (Patel & Davidsson 2011). I enkäterna ombads de tillfrågade individerna att fylla i sin e-postadress, dels för att möjliggöra matchning av resultaten från de två enkäterna och dels för att vi skulle kunna kontakta den slumpmässigt utvalda vinnaren av ett presentkort. Alla uppgifter, inklusive e-postadresserna, som erhöles från deltagarna har behandlats konfidentiellt och vi har säkerställt att det inte går att identifiera enskilda individer utifrån resultaten som presenteras i denna studie.

Tillvägagångssätt

För att få ut sanningsenlig information vid vår datainsamling definierade vi först viktiga delmål för datainsamlingen och arbetet som helhet enligt följande:

- Studera Googles sekretesspolicy
- Ta reda på vad deltagarna i undersökningen vet om Googles avtal
- Ta reda på hur stor andel som läst eller har vetskap om avtalet
- Informera deltagarna om viktiga delar i avtalet för att ge en större insikt
- Undersöka om en större insikt i avtalet påverkar deltagarens användande eller syn på tjänsterna
- Skaffa underlag för kvantitativ/statistisk och kvalitativ analys
- Bekräfta eller förkasta våra hypoteser

Utefter dessa målsättningar utformade vi enkätens frågor. De största svårigheterna vi såg här var hur vi skulle få ut tillräckligt underlag för analys ur våra frågor samtidigt som vi måste ge deltagaren en större insikt i Googles avtal och se till att personen tar till sig detta. Detta löste vi genom att istället för att ha en lång informerande text i slutet av enkät ett lägga in ett antal informerande frågor där vi både kunde göra en djupare värdering för hur mycket deltagaren redan vet om viktiga delar av avtalet, samtidigt som deltagaren blir upplyst om vad avtalet innehåller. En viktig sak att tänka på för oss vid det här stadiet var att tänka igenom ordningen på frågorna i enkäten så att vi först fick reda på all relevant information om deltagarens syn och användande av Googles tjänster innan deltagaren fick enkätens upplysande frågor. Med denna enkät fick vi svar på våra tre första mål men för att ha gott underlag för statistisk analys och se om deltagarna påverkats av informationen given i enkät ett utvecklade vi en ytterligare enkät (enkät två). Denna enkät skickades ut till alla deltagare i enkät ett för att möjliggöra kopplade frågor som underlag för statistisk analys. Denna analys gjorde vi för att se om deltagare ändrat sin syn på Google-tjänsterna eller även vidtagit åtgärder som kan tyda på att deltagare påverkats av materialet i enkät ett.

Vid utformningen av enkätens frågor var vi också tvungna att ta hänsyn till dilemmat att vad deltagaren svarar på vissa frågor inte alltid är vad denne gör i praktiken. Därför har vi lagt till ett antal frågor som undersöker djupare bl.a. hur de värderar sin integritet på nätet samt om de vidtagit åtgärder som antyder att de påverkas av den större insikten i avtalet. Dessa frågor är baserade på punkter tagna ur Googles sekretesspolicy och genom att deltagarna läser dessa frågor får de samtidigt en större insikt i avtalet. Frågorna fungerade som stickprov och genom att ha dessa punkter ur avtalet som frågor hoppas vi att säkerställa att denna information tas in av deltagarna och ger dem en större benägenhet att ta till sig och reflektera över dessa

punkter. I slutet av enkät ett hade vi en kort informering som beskrev de generella förändringar som tillkom den 1 mars 2012 (se nedan).

”Google kan sedan den 1 mars spara historik från Googles tjänster för all framtid. De första 18 månaderna kan informationen knytas till det specifika Google-kontot. Vid medgivande kan även känslig information säljas vidare till tredje part.”

Denna text formulerade vi så kortfattat som möjligt för att deltagarna inte skulle hoppa över att läsa texten. Direkt efter detta hade vi den avslutande ifyllningsrutan där personen fick fylla i sin e-postadress. Detta för att indikera att deltagaren inte slutat läsa enkäten efter den sista frågan. Eftersom vi hade två enkäter som måste bindas till samma deltagare för att utföra våra analyser var det viktigt att vi fick svar från så många deltagare som möjligt på både enkät ett och två. Därför bestämde vi oss för att utlova en utlottning av ett presentkort till deltagarna för att öka deltagandet och motivera deltagare att ta sig tid att svara på enkäterna, vilket rekommenderas av Sharp et al. (2007).

Eftersom det var möjligt att resultatet av den statistiska analysen vi utförde inte visade på någon statistiskt signifikant skillnad utökade vi enkäterna med öppna frågor för kvalitativ analys. Avsikten var att se om vi på så sätt kan hitta skillnader i användande eller syn på Googles tjänster.

Vi började med att dela ut enkät ett i pappersform till studenter på IT-universitetet så att vi kunde vara närvarande för att svara på eventuella frågor och även för att öka deltagandeantalet. Deltagarna studerar antingen det systemvetenskapliga programmet eller Software Engineering and Management, huvudsakligen i åldrarna 19-35. Då vi inte mottog några frågor under vår första enkätutdelning ansåg vi att tydligheten i frågorna var tillräcklig för att använda ett ytterligare distributionssätt vilket var att dela enkäten via internet till IT-universitetets systemvetares Facebook-grupper. Detta gav oss ytterligare underlag för vår analys.

Statistisk analys

För att utföra vår statistiska analys använde vi oss av ett så kallat kopplat t-test. Den statistiska analysen gjorde vi för att undersöka relationerna mellan frågorna i vår enkätundersökning. Att vi utförde två enkäter som var kopplade till samma intervjupersoner var en viktig del av vår statistiska analys eftersom kopplade variabler (dvs. att samma person gett oss både före- och efter- variablerna) gav oss ett starkare resultat där man lättare kunde påvisa statistiskt signifikanta skillnader (Kremelberg 2011).

Statistisk signifikans

Att påvisa statistisk signifikans innebär att man med statistiska test kan bevisa skillnad i utfallen i olika svarsgrupper. Den statistiska analysen tar inte bara hänsyn till medelvärdet eller medianen i grupperna av variabler du undersöker, utan även variationen mellan variablerna samt storleken på datamängden som undersöks. Större datamängd och mindre variation mellan variablerna bidrar till ett tydligare resultat och gör det lättare att påvisa statistiskt signifikant skillnad. Med dessa analyser kan man sedan bestämma på vilken nivå man kan uppnå en statistiskt signifikant skillnad vilket man beskriver i procent- eller

promillnivå. Nivån på den statistiska signifikansen beskriver hur troligt det är att man ser skillnad mellan grupperna av en slump. Om man exempelvis påvisar en statistiskt signifikant skillnad på 5 % -nivån så bevisar den statistiska analysen att det finns minst 95 % säkerhet i att skillnaden du påvisar stämmer medan det finns en ca 5 % risk att denna skillnad har påvisats av en slump. Om man däremot inte kan se någon statistiskt signifikant skillnad innebär inte detta att datamängderna som undersökts nödvändigtvis är likadana utan enbart att ingen statistiskt signifikant skillnad kan bevisas (Kremelberg 2011).

T-test

Ett t-test är en statistisk analys som används för att påvisa skillnader mellan datamängderna som är relativt små (runt 30 eller färre). Detta är för att mindre datamängder inte fördelar sig enligt en normalfördelningskurva utan på en t-kurva. Har man kopplade datamängder så används en annan ekvation för att analysera svaren då kopplade datamängder starkare kan bevisa statistiskt signifikant skillnad.

Eftersom vi undersökte kopplade datamängder som var relativt små använde vi oss av följande ekvation:

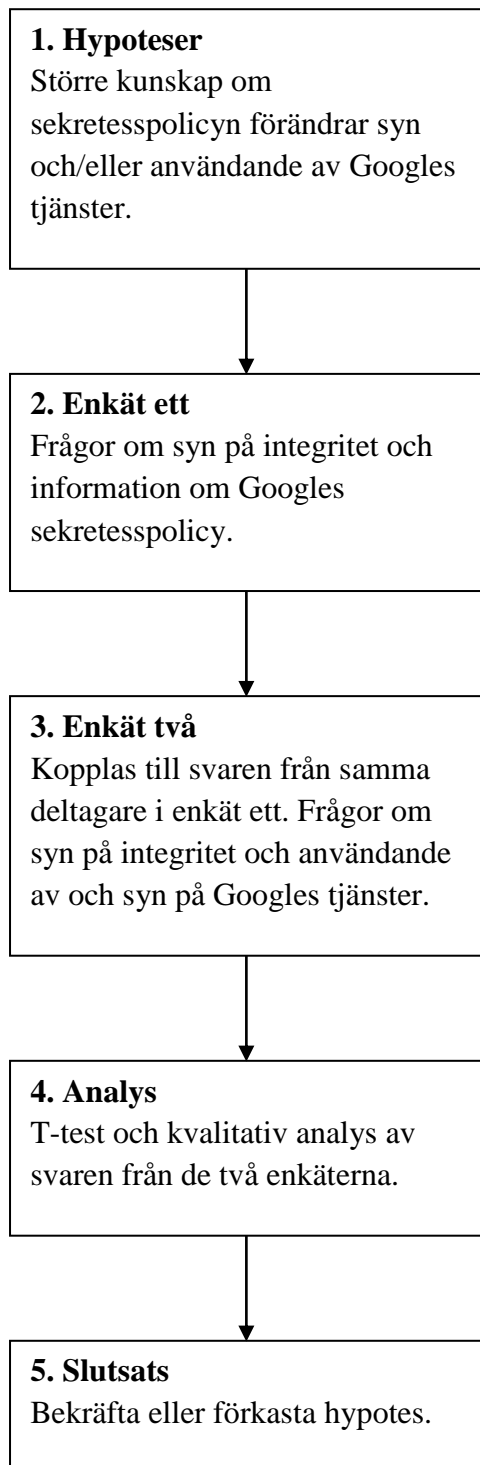
$$t = \sqrt{\frac{n-1}{\left(\frac{n \sum D^2}{(\sum D)^2}\right) - 1}}$$

Där

n = testmängd (antal variabler)

D = differensen mellan den svarandes ”poäng” mellan Tidpunkt ett och Tidpunkt två

Värdet ”t” jämförde vi sedan i ett fördelningsdiagram för att se på vilken nivå av statistiskt signifikant skillnad som provet kunde påvisa (Kremelberg 2011).



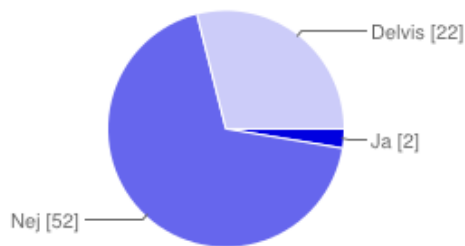
Modellen ovan beskriver metoden från början till slut.

Resultat

I detta avsnitt presenterar vi resultatet av vår enkätundersökning som sedan analyseras djupare i det följande diskussionsavsnittet. Av enkäterna som delades ut i pappersform och digital form fick vi totalt 76 svar på enkät ett och 40 svar på enkät två (bortfall 47 % mellan enkätundersökningarna).

Vad deltagarna vet om Googles avtal (se diagram 1-2):

Har du läst Googles sekretesspolicy?

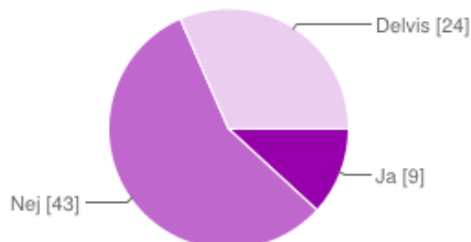


Svar	Antal	Procent
Ja	2	3%
Nej	52	68%
Delvis	22	29%

Diagram 1

För att ta reda på hur stor insikt deltagarna har i Googles avtal ställde vi en direkt fråga ”Har du läst Googles avtal?” (se diagram 1). Detta visar att endast en bråkdel har läst avtalet i sin helhet.

Känner du till att Google kan samla in information om din etniska tillhörighet, religiösa åskådning, sexuell läggning och hälsotillstånd?



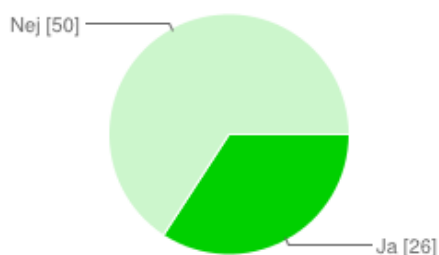
Svar	Antal	Procent
Ja	9	12%
Nej	43	57%
Delvis	24	32%

Diagram 2

För att djupare undersöka om deltagarna ändå har vetskap eller aningar om vad avtalet innehåller använde vi oss av tre frågor innehållande delar av avtalet som vi använder som ”stickprov” eller test på vad deltagarna verkligen känner till (se diagram 2). Diagram 2 visar en av de tre frågor som är baserade på punkter tagna ur Googles sekretesspolicy. Det sammanslagna resultatet på dessa tre frågor är att 19 % svarade ”ja”, dvs. att de kände till gällande punkter av avtalet, 51 % svarade ”nej” och resterande 30 % svarade ”delvis”.

Hur mån deltagarna är att dölja sina spår på internet (se diagram 3-5, se även diagram 6-7):

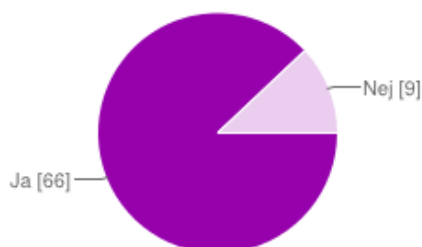
Använder du något skydd såsom inkognitoläge för att undvika att historia och cookies sparas?



Ja	26	34%
Nej	50	66%

Diagram 3

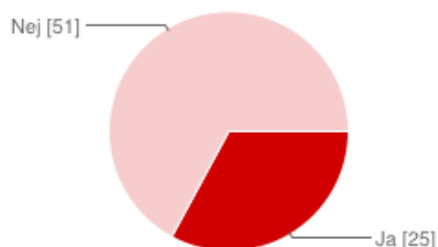
Har du fyllt i korrekt information när du skapat dina Google-konton?



Ja	66	87%
Nej	9	12%

Diagram 4

Har du aktivt ändrat inställningar för din(a) Google-tjänst(er) som påverkar lagring av information och medgivande om informationsdelning till tredje part?



Ja	25	33%
Nej	51	67%

Diagram 5

Här undersöker vi hur mån deltagare är om att dölja sina spår på internet. Cirka en tredjedel av deltagarna av enkät ett använder sig aktivt av funktioner som döljer spår och har även ändrat inställningar i Googles tjänster för att skydda sin information (se diagram 3 och 5). Cirka en tiondel svarar att de inte angivit korrekt information vid skapandet av sina Google-konto vilket tyder på en starkare misstro till tjänsterna (se diagram 4).

Har deltagarna påverkats av den större kunskapen om Googles sekretessavtal? (se diagram 6-10):

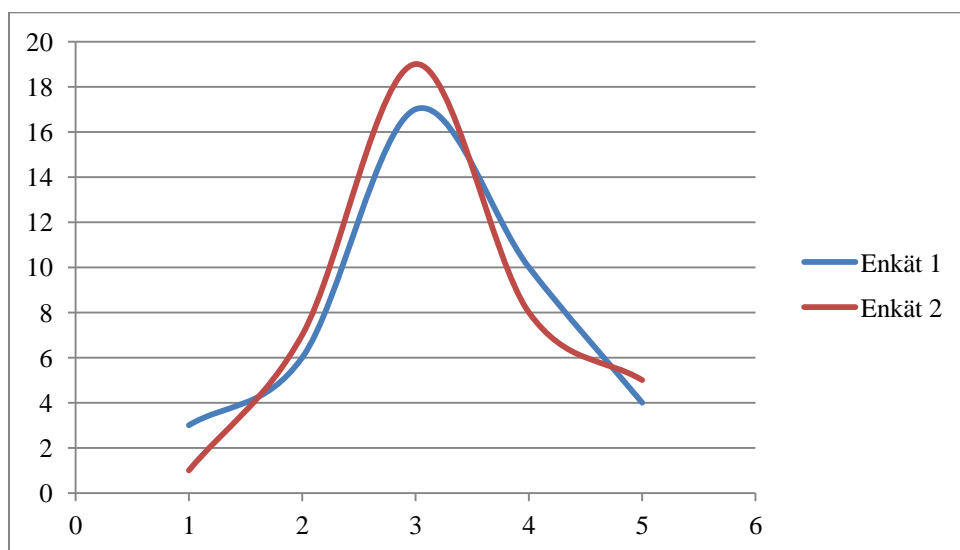


Diagram 6 "Hur mån är du om att dölja dina spår på internet?" (oviktigt 1 – 5 mycket viktigt)

Den kvantitativa analysen av hur måna personerna ansåg sig vara om att dölja sina spår på internet visade att det inte fanns någon statistiskt signifikant skillnad på utfallet före och efter att personerna blivit presenterade med en sammanfattning av Googles avtal. Vi kunde endast se mycket små och troligtvis slumpmässiga skillnader (se diagram 6).

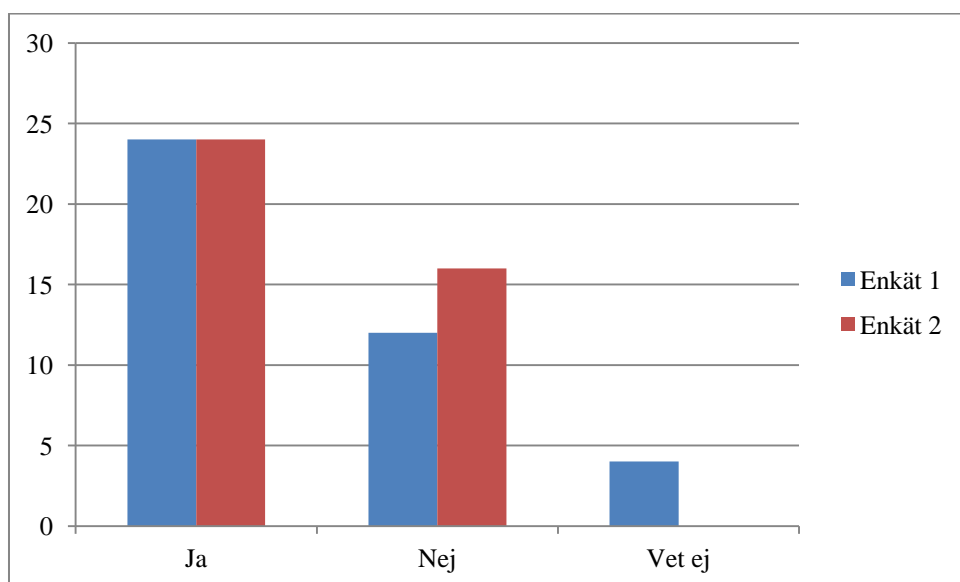


Diagram 7 "Brukar du vara inloggad på ditt Google-konto när du surfar?"

Vid jämförelsen mellan hur många som är inloggade på sitt Google-konto då de surfar ser vi att de allra flesta som svarade "Ja" i enkät ett, svarade "Ja" även vid enkät två, och alla som svarade "Nej" i enkät ett, svarade "Nej" i enkät två. De personer som svarade "Vet inte" i enkät ett (10 %) har alla valt att ta ställning i enkät två där en person svarade "Ja" och tre

personer svarade ”Nej” (se diagram 7). Skillnaden vi kan se tyder på ett ställningstagande eller en större medvetenhet, snarare än vårt antagande att en andel av de som tidigare svarat ”Ja” skulle välja att förbli utloggade och svara ”Nej” i enkät två. Resultatet indikerar ingen märkbar skillnad i användandet.

Har du sedan enkät 1 varit inne och ändrat inställningar för någon av de Google-tjänster du använder?

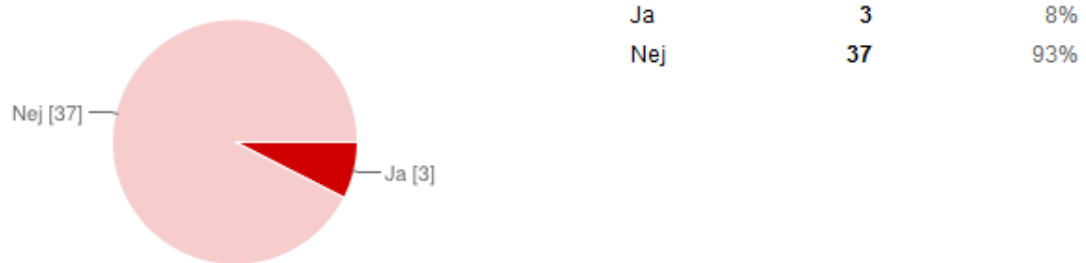


Diagram 8

Har ditt användande av Google-tjänster förändrats/påverkats av denna undersökning? (enkät 1)

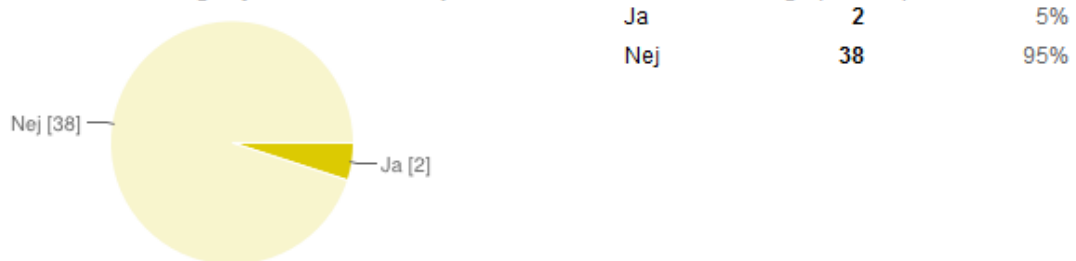


Diagram 9

Har din syn på Google och deras tjänster förändrats/påverkats av denna undersökning? (enkät 1)

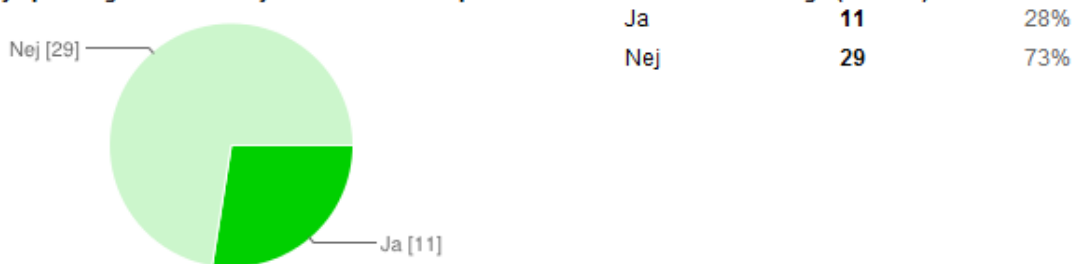


Diagram 10

Frågorna i diagram 8-10 undersöker om deltagarna ändrat sin syn på eller användande av Googles tjänster. Dessa visar att de flesta deltagarna anser att deras användande inte förändrats/påverkats av undersökningen. Diagram 8 understödjer utfallet i diagram 9. En något större andel anser att deras syn på Google som företag och Googles tjänster förändrats/påverkats av undersökningen (se diagram 10). Dessa frågor följdes av öppna frågor där personen fick beskriva hur/varför de anser sig ändrat sin syn eller användande av tjänsterna (svaren på följdfrågorna återfinns i tabell 1 nedan).

Öppna svar från enkät två

1. Har du varit inne sedan enkät ett och ändrat inställningar för någon av de Google-tjänster du använder? (se diagram 8) Om ja, beskriv hur/varför

1.1 ”Därför att jag ville kunna kontrollera hur mina uppgifter hanteras.”

1.2 ”Tittat på vilka inställningar det finns att ändra, i och med att dem har gjort det så jäävla svårt att ens kunna göra något så blev inte mycket ändrat. men jag valde att bocka ut vissa tjänster som var onödig spårning av min användning.”

1.3 ”Försökte kolla upp vad de hade för info på Gmail, men hittade inte vart man kunde se/ändra detta.”

2. Har ditt användande av Google-tjänster förändrats/påverkats av denna undersökning? (se diagram 9) Om ja, beskriv hur/varför

2.1 ”Jag läste mer om google konto och hur nya regler fungerar.”

2.2 ”Google's Dont be Evil är en skam. så jag har lovat mig själv att kolla igenom deras inställningar mycket noggrannare vid senare skede.”

3. Har din syn på Google och deras tjänster förändrats/påverkats av denna undersökning? (se diagram 10) Om ja, beskriv hur/varför

3.1 ”Jag börjar tänka att de blir som en skum site som samlar information om oss och i smyg säljer till reklam företag. Google var i början fri från reklam så det känns lite som att de bedrar kunder..”

3.2 ”Bättre insyn kring sekretessvillkor”

3.3 ”Min syn har förändrats på det sättet att en google tjänst inte alltid är så ärlig med vad som lagras eller ialla fall inte talar om det tillräckligt tydligt.”

3.4 ”Google är inte längre den lilla företaget som genom minimalismen underlättar för användarna.. Deras inställning av tjänster är så krångligt presenterade att man undrar om dem vill att det ska vara jobbigt för användarna att konfigurera efter eget behov.

PS. Skulle vara bra om 'ni" hade några tips på saker man bör ändra, ta bort från Googles konton.”

3.5 ”Detta var inget jag hade tänkt på alls och tyckte det var en jättebra enkät om att ge information om detta, att uppmärksamma det bland oss elever som ständigt använder Google. Det är nästan lite skrämmande att Google som är så himla stort och utbrett i världen genomför detta licensavtal för att man ska kunna använda sig av dem.

Tycker det är chockerande att de tar sig den rätten. Lite utnyttjande bara för de blivit så väletablerade i världen.”

3.6 ”Jag har blivit ännu mer skeptisk till Google än vad jag var innan.”

3.7 ”Medvetenheten om att de samlar in data.”

3.8 ”Kanske lite mer skeptisk än innan :-)

Fast det bör man alltid vara. Skeptisk alltså.”

3.9 “You guys shown me that this corporation is getting worse and worse in terms of usage of personal data. My attitude towards Google went down.

I will delete my Google+ account in a few days and I will never use Google Latitude”

Tabell 1 - öppna frågor

I de öppna svaren ovan kan vi se att merparten av de som svarat ”Ja” på dessa tre frågor uttrycker en viss oro för den information de tilldelats om policyn. De som valt att ändra inställningar och/eller anser sig ha förändrat sitt användande av Google-tjänster svarar att de gjort detta för att kontrollera vilken information som kan sparas av Google. En djupare analys presenteras i diskussionsavsnittet.

Diskussion

Vi kunde se att en majoritet uppger att de inte läst sekretesspolicyn alls och en försumbar andel (3 %) uppger att de läst den. Vi ser ingen anledning för dessa deltagare att inte svara sanningsenligt. Då vi antagit att deltagarna i denna enkät är mer benägna än andra att sätta sig in i avtal som detta antar vi även att majoriteten av svenska Google-användare inte läst denna nya policy.

Att en majoritet svarade ”nej” och att ytterligare 30 % endast ”delvis” kände till punkterna i våra stickprovsfrågor stödjer vårt antagande att den generella användaren saknar fullständig insikt i avtalet. Endast 20 % av svarande menade att de kände till dessa punkter. Inte heller här kan vi se någon anledning till att deltagarna inte skulle svara sanningsenligt. Eftersom endast 3 % (2 av 76) påstod att de läst sekretesspolicyn bör det därför finnas andra sätt som ”ja”-svarande på stickprovsfrågorna fått aningar om vad avtalet innehåller. Kanske är det den allmänna bilden av Google som ett företag, vars största drivkraft är att samla och dela information, som gör att deltagarna skapat sig en egen bild av företaget. Detta kan tänkas grunda sig på information från andra kanaler, såsom nyhetskanaller, andra användare och egna antaganden istället för den information som Google själv bidrar med i sin sekretesspolicy.

Alla fyllde i enkäterna fullständigt och vi anser därför att vi uppfyllde vår målsättning att ge deltagarna en större kunskap om Googles sekretesspolicy.

Nästa mål var att undersöka om en större insikt i avtalet påverkar deltagarens användande eller syn på Googles tjänster. Detta var antagligen det svåraste målet att uppfylla eftersom en direkt fråga såsom ”Har ditt användande av Googles tjänster påverkats/ändrats av denna undersökning?” inte alltid visar ett tillförlitligt resultat då deltagaren kanske inte reflekterar tillräckligt över dessa direkta frågor. Därför försökte vi stärka våra direkta frågor med ”indirekta” och öppna frågor som indikerar förändrad syn eller beteende. På de ”direkta” frågorna kan vi se att två deltagare (5 %) svarat att deras användande av Googles tjänster ändrats eller påverkats av denna undersökning medan 38 deltagare (95 %) svarat att det inte ändrats eller påverkats. Vidare har elva deltagare (28 %) svarat att deras syn på Google och deras tjänster förändrats medan resterande 29 deltagare (72 %) svarat att den är oförändrad. Den större insikten i avtalet som deltagarna nått verkar alltså inte ha påverkat deltagarnas användande enligt vad de själva anser men att en något större andel har förändrat sin syn på Google och deras tjänster. För att stärka dessa svar jämförde vi bland annat om andelen som är inloggade på sina Google-konton när de surfar förändrats (se diagram 7). Här kan vi se att en lika stor andel svarat att de är inloggade när de surfar på enkät ett som enkät två. Vi kan dock se att de fyra deltagare (10 %) som i enkät ett svarade ”vet ej” svarat ”nej” i enkät två. Denna skillnad anser vi inte tyder på någon förändring i användande men kan antyda att undersökningen bidragit till ett större medvetande vid användandet av dessa tjänster. I enkät två frågade vi även om deltagaren varit inne och ändrat sina inställningar på någon av sina Google-tjänster. Tre personer (8 %) svarade att de ändrat sina inställningar och de öppna följdfrågorna visade att dessa deltagare gjort det för att försöka kontrollera hur deras uppgifter behandlades. Även om en mycket liten del svarat att de varit inne i inställningar sedan enkät två ser vi detta som en stark indikator på påverkan eftersom deltagaren på egen hand vidtagit åtgärder för att kontrollera sin integritet.

Vi hade även öppna följdfrågor till våra direkta frågor för att se hur deltagarna själva anser sig påverkats av undersökningen (se tabell 1). Här kan vi se att de som anser att deras användande ändrats eller påverkats av undersökningen menar att de vill hålla bättre koll på sina inställningar och ha en större insikt i Googles regler (Fråga 2.1-2.2). Följdfrågan hur/varför personen ändrat sin syn på Googles tjänster är mer intressant då vi har ett större antal svar (fråga 3.1-3.9). Här kan vi se att majoriteten som anser sig ha ändrat sin syn har fått en mer skeptisk syn på Google eller anser att den information de fått om avtalet varit skrämmande. Två (av nio) svarande svarade att de har en större insyn och medvetenhet om avtalet medan sju (av nio) svarar att deras syn på Google är mer skeptisk och/eller att de blivit skrämda av den större insikten i avtalet.

Vårt mål att få underlag för kvantitativ/statistisk och kvalitativ analys nådde vi genom att blanda stängda och öppna frågor. Trots kopplad analys så har vi inte kunnat identifiera några statistiskt signifikanta skillnader vilket skulle innebära att en större insikt i Google-avtalet inte bidrar till någon större förändring i hur mån man är om att dölja sina spår på internet. I våra öppna frågor kunde vi inte heller tydligt se några skillnader i användande av Googles tjänster. Våra resultat rörande hur många som är inloggade på något Google-konto när de surfar, vilka skulle kunna indikera en skillnad i användandet av dessa tjänster, visar inte heller någon statistiskt signifikant skillnad. Allt detta tyder på att användningen av Googles tjänster hos majoriteten i denna undersökning inte påverkats märkbart av en större insikt i sekretesspolicyn.

Vår undersökning visar däremot på att ca en fjärdedel av deltagarna har ändrat sin syn på Google och deras tjänster och att ca en tiondel anser att deras användande påverkats. Detta möjliggör att man skulle kunna se statistisk skillnad på synen på Google som företag före och efter en större insikt i Googles avtal. Kanske hade vi sett en större skillnad om vi haft en fråga som riktade in sig mer direkt på Google. Detta för att se attitydförändringar mot företaget snarare än den mindre specifika frågeställning vi använt oss av: "Hur mån är du om att dölja dina spår när du surfar på internet?". Det är också möjligt att den förändrade synen omedvetet även förändrar deltagarens användande av Google-tjänsterna.

Ett lämpligt upplägg på bättre specificerade frågor hade mot bakgrund av detta kunnat vara:

”Värdera vad du anser om följande påståenden (1-10) där 1 är dåligt/oviktigt och 10 är bra/viktigt”

- Hur trygg känner du dig med information som Google har tillgång till genom de tjänster du använder?
- Hur mån är du om att begränsa den information Google får ta del av när du använder dessa tjänster?

Etc.

Våra frågor om syn och beteende vid användning av Google-tjänster hade också kunnat ställas med gradindelade svarsalternativ. Detta för att få ett större underlag för statistiska analyser.

I de öppna följdfrågorna uttrycker en deltagare: *"... I och med att dem har gjort det så jäävla svårt att ens kunna göra något så blev inte mycket ändrat..."* (se fråga 1.2, tabell 1).

Merparten av deltagarna i denna undersökning har inte satt sig in i Googles sekretesspolicy trots att de uttrycker ett visst behov av att skydda sin information. Att så liten andel läser avtal som detta antar vi är för att det är alldeles för mycket information att ta till sig. En tredjedel anser att de ändrat sin syn på Googles tjänster men de allra flesta har ändå inte vidtagit några åtgärder eller anser sig ändrat sitt beteende vid användandet av dessa tjänster. Även detta kan vara eftersom det är omständigt att sätta sig in i och ändra de inställningar som är nödvändiga för att begränsa den information Google får dela med sig av till andra företag, vilket även uttrycktes av en av deltagarna i de öppna frågorna (se fråga 1.2, tabell 1). Kanske är det en medveten taktik av Google att göra det komplicerat att ändra dessa inställningar, då det är negativt för Google då dessa begränsningar används. Att Google utvecklar sina tjänster för att vara så enkla och lättförståeliga som möjligt stödjer denna teori då dessa inställningar kan uppfattas som svårförstådda och svårfunna.

En annan deltagare skriver: *"jag har lovat mig själv att kolla igenom deras inställningar mycket noggrannare vid senare skede"* (se fråga 2.2, tabell 1). En anledning till att åtgärder inte vidtas kan även vara att människor skjuter upp sina beslut tills de faller i glömska. Detta kan bidra till en felmarginal i vår undersökning då tiden mellan enkäterna var tvungen att begränsas. Om tiden mellan enkäterna varit längre hade resultatet möjligtvis varit mer överensstämmande med verkligheten.

Vi har också kunnat se att en relativt stor andel deltagare redan innan undersökningen använde någon form av integritetsskyddande åtgärd (se diagram 3-5). Detta beror antagligen på att deltagarna är IT-studenter och redan har en viss kunskap om hur man kan skydda sin identitet och gör detta även om de inte läst Googles sekretesspolicy. Om deltagarna inte haft en IT-bakgrund och djupt rotade IT-vanor hade deltagare antagligen varit mer benägna att ändra sitt IT-användande och utforska möjligheter att skydda sin integritet.

Under våren 2012 i samband med att Googles nya policy togs i bruk har detta varit ett omtvistat ämne som behandlats i de flesta större svenska tidningar och många internetforum. Då nästan alla internetanvändare använder någon Google-tjänst, är detta ett relevant ämne att studera. Vi har i denna studie behandlat de problemställningar rörande integritet som de relaterade studierna bidragit till och vidrört. Genom att behandla dessa problemställningar, anser vi att denna studie bidragit till en nytta för allmänheten.

Vad anbelangar våra hypoteser, kan vi se att drygt 1/4 av deltagarna efter en större insikt förändrar sin syn på Google och deras tjänster, medan endast en bråkdel uppger att de ändrat sitt användande av Googles tjänster. Hypotes 1 har därför delvis bekräftats, då en relativt stor andel deltagare anser att deras syn på Google och deras tjänster förändrats. Hypotes 2 kan vi förkasta då vi sett att nästan ingen uppger att deras användande av Googles tjänster har påverkats eller förändrats.

Slutsats

Få personer läser Googles avtal och många av dem som presenterats med en sammanfattning av sekretesspolicyn anser att avtalet har punkter som är oroväckande.

En större insikt i Googles sekretesspolicy förändrar inte beteendet vid användandet av deras tjänster men förändrar hos många synen på företaget och deras tjänster.

En ökad insikt i Googles sekretesspolicy bidrar till en ökad behovskänsla att skydda sin information men en stor majoritet vidtar inga åtgärder för att göra detta. Anledningen till att ingen åtgärd vidtas kan vara att det uppfattas som omständigt, en kunskapsbrist i hur man kan skydda sin identitet, uppskjutande av sitt beslut att skydda sin integritet etc.

Förslag till fortsatt forskning

Då vår studie bedrivits med en övervägande kvantitativ ansats, skulle man kunna forska vidare i detta ämne med fokus på kvalitativ data, för att på så sätt få större insikt i *vad* Google-användare anser om sekretesspolicyn och *hur* det eventuellt påverkar deras användande.

Källförteckning

- CNBC. (2009) Inside the Mind of Google. [YouTube]
<http://www.youtube.com/watch?v=A6e7wfdHzew>. [2012-05-05]
- Dwyer, C. (2011) *Privacy in the Age of Google and Facebook* [Elektronisk]. New York: Seidenberg Sch. of Comput. Sci. & Inf. Syst. Tillgänglig:
<http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6017276>
- Google. (2012) *Sekretesspolicy - Policyer och principer – Google*.
<http://www.google.com/intl/sv/policies/privacy/> [2012-03-08]
- Gunn, O. (2012) EU-kritik mot Googles användarvillkor. *Sveriges Television*.
http://svt.se/2.22584/1.2724381/eu-kritik_mot_googles_anvandarvillkor [2012-03-13]
- Hoofnagle, C. King, J. Li, S. & Turow, J. (2010). *How different are young adults from older adults when it comes to information privacy attitudes & policies?* [Elektronisk]. Berkeley: UC Berkeley School of Law. Tillgänglig: <http://ssrn.com/abstract=1589864>
- Järlehag, N. (2012) Google har rätt till ditt privatliv - sista chansen att rensa. *Nyheter24*.
<http://nyheter24.se/nyheter/662395-google-har-ratt-till-ditt-privatliv> [2012-05-10]
- Kremelberg, D. (2011) *Practical Statistics - A Quick and Easy Guide to IBM® SPSS® Statistics, STATA, and Other Statistical Software*. Storrs: SAGE Publications, Inc.
- MSNBC. (2010-04-15). *Study finds young do care about online privacy*.
http://www.msnbc.msn.com/id/36561309/ns/technology_and_science-security/t/study-finds-young-do-care-about-online-privacy/#.T1ydYDEaPQR [2012-03-11]
- Onn, Y., Geva, M., Druckman, Y., Zyssman, A., Timor, R., Lev, I., Maroun, A., Maron, T., Nachmani, Y., Simsolo, Y., Sicklai, S., Fuches, A., Fishman, M., Packer, S., Pery, L. (2005) *Privacy in the Digital Environment*. Haifa: The Haifa Centre of Law & Technology (The Haifa Center of Law and Technology Publication Series, 2005:7). Tillgänglig:
http://weblaw.haifa.ac.il/he/Research/ResearchCenters/techlaw/DocLib/Privacy_eng.pdf [2012-04-15]
- Patel, R., Davidson, B. (2003) *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur.
- Patel, R., Davidson, B. (2011) *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur.
- Rubin, A. (2012) [Blogg] 27 februari.
<https://plus.google.com/u/0/112599748506977857728/posts/Btey7rJBaLF> [2012-05-04]
- Sharp, H., Rogers, Y. & Preece, J. (2007) *Interaction Design Beyond Human Interaction*. 2.uppl. Chichester: John Wiley & Sons.
- Shirbon, E. (2012-03-01). *EU agencies say Google breaking law: commissioner*. *Reuters*.
<http://www.reuters.com/article/2012/03/01/us-google-privacy-eu-idUSTRE82011K20120301> [2012-03-13]
- Statsoft. *Compare Distribution Tables*. <http://www.statsoft.com/textbook/distribution-tables/#t> [2012-04-29]

Wikipedia (2012a) *Virtual private network*.

http://sv.wikipedia.org/wiki/Virtual_private_network [2012-05-10]

Wikipedia (2012b) *Proxy*. <http://sv.wikipedia.org/wiki/Proxy> [2012-05-10]

Bilagor

Sekretesspolicy

Senast ändrad: 1 mars 2012 ([visa arkiverade versioner](#))

Våra tjänster kan användas till många olika saker – att söka efter och dela information, kommunicera med andra människor eller skapa nytt innehåll. När du delar information med oss, till exempel genom att skapa ett [Google-konto](#), hjälper det oss att göra våra tjänster ännu bättre. Vi kan visa sökresultat och annonser som är mer relevanta, hjälpa dig att hitta nya kontakter och göra det enklare att dela innehåll med andra. Vi vill ge dig full insyn i hur vi använder informationen och hur du kan skydda din integritet när du använder våra tjänster.

Sekretesspolicyn förklarar följande:

- Vilken information vi samlar in och varför.
- Hur vi använder informationen ifråga.
- Vilka valmöjligheter vi ger dig, till exempel vad gäller åtkomst till och uppdatering av information.

Vi har försökt att göra det så enkelt som möjligt. Om du inte känner till begrepp som cookies, IP-adresser, pixeltaggar och webbläsare föreslår vi att du först läser om dessa [viktiga termer](#). Google värnar om din integritet. Oavsett om Google är nytt för dig eller om du har använt våra tjänster länge bör du bekanta dig med vår sekretesspraxis. Om du har några frågor kan du [kontakta oss](#).

Information som vi samlar in

Genom att samla in information kan vi förbättra våra tjänster för alla användare – från grundläggande saker som att räkna ut vilket språk du talar, till mer komplicerade processer som att bedöma vilka annonser du är intresserad av eller vilka personer du har mest utbyte av på webben.

Vi samlar in information på två sätt:

- **Information som du uppger.** Du måste till exempel ha ett Google-konto för att använda många av våra tjänster. När du öppnar ett konto ber vi dig om [personuppgifter](#), till exempel namn, e-postadress, telefonnummer eller kreditkortsnummer. Om du vill dra full nytta av våra delningsfunktioner kan vi också be dig att skapa en offentlig [profil på Google](#), som kan innehålla ditt namn och en profilbild.
- **Information som vi får när du använder våra tjänster.** Vi kan samla in information om vilka tjänster du använder och hur du använder dem, till exempel när du besöker en webbplats som använder våra annonseringstjänster eller om du visar eller interagerar med annonser och innehåll från oss. Det gäller följande typer av information:

- **Enhetsinformation**

Vi kan samla in information om den specifika enheten (till exempel maskinvarumodell, operativsystemets version, unikt enhets-ID och ditt telefonnummer eller annan information om mobila nätverk). Google kan koppla dina enhets-ID:n eller ditt telefonnummer till ditt Google-konto.

- **Logginformation**

När du använder våra tjänster eller visar innehåll som tillhandahålls av Google kan vi automatiskt samla in och spara viss information i [serverloggar](#). Loggdata kan innehålla följande:

- Information om hur du använde vår tjänst, till exempel dina sökfrågor.
- Information om telefoni, till exempel ditt telefonnummer, den uppringande partens nummer, vidarekopplingsnummer, samtalslängder, SMS-routning och samtalstyper.
- [Internet Protocol-adress](#).
- Enhetshändelser som krascher, systemaktivitet, maskinvaruinställningar, webbläsartyp, webbläsarspråk, datum och tid för din begäran och hänvisningsadress.
- Cookies som kan identifiera din webbläsare eller ditt Google-konto.

○ **Platsinformation**

När du använder Googles platsaktiverade tjänster kan vi samla in och behandla information om var du befinner dig, till exempel GPS-signaler från en mobilenhet. Vi kan också bestämma platser med hjälp av olika tekniker, till exempel sensordata från din enhet som kan informera om mobilmaster och Wi-Fi-åtkomstpunkter i närheten.

○ **Unika programnummer**

Vissa tjänster omfattar ett unikt programnummer. Detta nummer och information om installationen (till exempel typ av operativsystem och versionsnummer) kan komma att skickas till Google när du installerar eller avinstallerar tjänsten eller när tjänsten kontaktar våra servrar regelbundet för att begära automatiska uppdateringar eller i andra syften.

○ **Lokal lagring**

Vi kan samla in och spara information (inklusive personuppgifter) lokalt på din enhet med hjälp av funktioner som webbläsarens lagringsutrymme (inklusive HTML 5) och programcacher.

○ **Cookies och anonyma identifierare**

Vi använder olika tekniker för att samla in och spara information när du använder någon av Googles tjänster. Det kan innebära att [cookies](#) eller [anonyma identifierare](#) skickas till din enhet. Vi använder även cookies och anonyma identifierare när du använder tjänster som vi erbjuder våra affärspartner, t.ex. annonseringstjänster eller funktioner från Google som kan visas på andra webbplatser.

Så här används informationen som vi samlar in

Information som vi samlar in från våra tjänster används för att tillhandahålla, underhålla och förbättra tjänsterna, utveckla nya tjänster och skydda Google och våra användare. Vi använder också informationen för att ge dig anpassat innehåll, till exempel sökresultat och annonser som är mer relevanta för dig.

Namnet som du anger i din profil på Google kan komma att användas i alla våra tjänster som kräver ett Google-konto. Dessutom kan vi ersätta tidigare namn som kopplats till ditt Google-konto så att

samma namn används i alla våra tjänster. Om andra användare redan har tillgång till din e-postadress eller annan information som identifierar dig kan vi visa detta i din offentliga profilinformation på Google (till exempel ditt namn eller profilden).

När du kontaktar Google kan vi spara dina meddelanden i syfte att lösa eventuella problem som du står inför. Vi kan använda din e-postadress för att informera dig om våra tjänster, till exempel för att berätta om kommande ändringar eller förbättringar.

Informationen som vi samlar in med hjälp av cookies och annan teknik, t.ex. [pixeltagg](#), används för att förbättra användarupplevelsen och den övergripande kvaliteten på våra tjänster. Genom att spara dina språkställningar kan vi till exempel visa våra tjänster på språket som du använder. När vi visar anpassade annonser kommer vi inte att koppla en cookie eller anonym identifierare till känsliga kategorier av personuppgifter, till exempel sådana som baseras på etnisk tillhörighet, religion, sexuell läggning eller hälsotillstånd.

Vi kan kombinera personuppgifter från en tjänst med uppgifter och personuppgifter från Googles andra tjänster, så att du till exempel enklare ska kunna dela innehåll med personer som du känner. Vi kombinerar inte information från DoubleClick-cookien med personligt identifierbar information om vi inte har fått ditt samtycke till detta.

Om vi vill använda information i ett annat syfte än vad som beskrivs i denna sekretesspolicy frågar vi först efter ditt samtycke.

Google hanterar personuppgifter på våra servrar i många länder runt om i världen. Dina personuppgifter kan hanteras på en server i ett annat land än det du bor i.

Öppenhet och valmöjlighet

Olika användare har olika syn på sekretess. Vi vill vara tydliga med vilken information vi samlar in, så att du kan fatta välgrundade beslut om hur den får användas. Du kan till exempel göra följande:

- Med Google Översikt kan du [granska och kontrollera](#) vissa typer av information som kopplas till ditt Google-konto.
- Med Annonspreferenshanteraren kan du [visa och redigera](#) dina annonspreferenser, till exempel vilka kategorier som intresserar dig. Här kan du också välja bort några av Googles annonseringstjänster.
- [Med vår redigerare](#) kan du visa och ändra hur din profil på Google visas för olika personer.
- [Kontrollera](#) vem du delar information med.
- [Hämta ut din information](#) från många av våra tjänster.

Du kan ändra inställningarna i webbläsaren så att alla cookies blockeras, inklusive cookies som är kopplade till våra tjänster. Du kan även informeras om när vi utfärdar en cookie. Kom ihåg att många av våra tjänster kan sluta fungera om du inaktiverar cookies. Det är exempelvis inte säkert att vi kommer ihåg dina språkställningar.

Information som du delar

I många av våra tjänster kan du dela information med andra. Kom ihåg att information som du delar offentligt eventuellt kan indexeras av Google och andra sökmotorer. I våra tjänster kan du välja hur du vill dela och ta bort innehåll.

Komma åt och uppdatera personuppgifter

Vi vill att du ska kunna komma åt dina personuppgifter när du än använder våra tjänster. Om uppgifterna är felaktiga vill vi ge dig möjlighet att enkelt uppdatera eller ta bort dem – förutsatt att informationen inte måste sparas av giltiga verksamhetsskäl eller juridiska skäl. När du uppdaterar dina personuppgifter kan vi kräva att du bekräftar din identitet innan vi utför åtgärden.

Vi kan neka en begäran om den upprepas ett orimligt antal gånger, kräver oproportionerligt mycket tekniskt arbete (till exempel utveckling av ett nytt system eller genomgripande ändringar i befintlig praxis), riskerar andras integritet eller är mycket opraktisk (till exempel en begäran om information som är säkerhetskopierad på band).

När vi kan ge åtkomst till uppgifter och korrigerings gör vi det utan avgift, förutom i de fall det kräver oproportionerligt mycket arbete. Vi har som mål att hålla våra tjänster i sådant skick att information inte förstörs av misstag eller genom skadliga processer. När du tar bort information i våra tjänster kan det därför ta ett tag innan kopior av den borttagna informationen försvinner från våra aktiva servrar. Dessutom kan informationen finnas kvar i våra säkerhetskopieringssystem.

Information som vi delar

Vi delar inte personuppgifter med företag, organisationer eller personer utanför Google förutom i följande situationer:

- **Med ditt samtycke**

Vi delar personuppgifter med företag, organisationer eller personer utanför Google om du har tillåtit oss att göra det. Vi måste ha ditt aktiva samtycke för att kunna dela [känsliga personuppgifter](#) med andra.

- **Med domänadministratörer**

Om ditt Google-konto hanteras av en [domänadministratör](#) (gäller exempelvis de som använder Google Apps) kommer domänadministratören och återförsäljare som ger användarsupport i din organisation att ha tillgång till uppgifter från ditt Google-konto (inklusive din e-post och andra data). Din domänadministratör kan eventuellt göra följande:

- Visa statistik om ditt konto, till exempel om vilka program eller appar du installerar.
- Byta lösenord till ditt konto.
- Stänga av eller säga upp åtkomsten till ditt konto.
- Få åtkomst till eller hämta information som sparats i ditt konto.
- Hämta dina kontouppgifter i syfte att tillmötesgå tillämplig lag, regel, juridisk process eller tvingande begäran av myndighet.
- Begränsa dina möjligheter att ta bort eller ändra information och sekretessinställningar.

Mer information finns i domänadministratörens sekretesspolicy.

- **För extern behandling**

Vi vidarebefordrar personuppgifter till våra närstående bolag eller andra betrodda företag och personer som har i uppgift att behandla informationen för vår räkning, i enlighet med våra anvisningar, denna sekretesspolicy och alla andra lämpliga åtgärder för sekretess och säkerhet.

- **Av juridiska skäl**

Vi delar personuppgifter med företag, organisationer eller personer utanför Google om vi har goda skäl att tro att åtkomst, användning, bevarande eller avslöjande av sådana uppgifter i rimlig mån är nödvändig för att:

- tillmötesgå tillämplig lag, regel, juridisk process eller tvingande begäran av myndighet
- garantera att gällande användarvillkor följs, inklusive utredning av eventuella brott mot dem
- upptäcka, förhindra eller på annat sätt komma till rätta med bedrägerier, säkerhetsproblem eller tekniska problem
- skydda mot skador i Googles rättigheter, egendom eller säkerhet, Googles användare eller allmänheten enligt vad som krävs eller tillåts enligt lag.

Vi kan dela sammanställd information som [inte identifierar dig personligen](#) offentligt och med våra affärspartner (till exempel utgivare, annonsörer eller kopplade webbplatser). Vi kan till exempel dela information offentligt för att visa trender i hur våra tjänster används rent allmänt.

Om Google skulle involveras i en sammanslagning, ett förvärv eller någon annan form av försäljning kommer vi att säkerställa konfidentialiteten för alla personuppgifter och meddela berörda användare innan deras uppgifter överförs eller faller under någon annan sekretesspolicy.

Informationssäkerhet

Vi jobbar hårt för att skydda Google och våra användare mot obehörig åtkomst, ändring, yppande eller förstörelse av information som vi förvaltar. Specifika säkerhetsåtgärder:

- Vi krypterar många av våra tjänster [med SSL](#).
- Du kan logga in på ditt Google-konto med [tvåstegsverifiering](#) och vi erbjuder funktionen [Säker webbsökning](#) i Google Chrome.
- Vi granskar våra rutiner för insamling, lagring och behandling av data, inklusive fysiska säkerhetsåtgärder, i syfte att skydda mot obehörig åtkomst till system.
- Vi begränsar åtkomst till personuppgifter till Googles anställda, leverantörer och agenter som behöver uppgifterna för att kunna behandla dem på uppdrag av oss. De är förbundna till strikt konfidentialitet enligt kontrakt och kan disciplineras eller sägas upp om de inte uppfyller kraven.

Tillämplighet

Vår sekretesspolicy gäller alla tjänster som tillhandahålls av Google Inc. och dess närstående bolag, inklusive tjänster som erbjuds på andra webbplatser (till exempel våra annonseringstjänster), med undantag för tjänster med separata sekretesspolicyer som inte inkorporerar denna policy.

Vår sekretesspolicy gäller inte tjänster som tillhandahålls av andra företag eller personer, inklusive produkter eller webbplatser som visas i våra sökresultat, webbplatser som kan innehålla tjänster från Google, eller andra webbplatser som vi länkar till från våra tjänster. Vår sekretesspolicy täcker inte informationspolicyer hos andra företag eller organisationer som marknadsför våra tjänster och som kan visa relevanta annonser med hjälp av cookies, pixeltaggar eller andra tekniker.

Upprätthållande

Vi granskar regelbundet att vi följer vår sekretesspolicy. Vi följer också ett antal [självreglerande ramverk](#). När vi får formella skriftliga klagomål kontaktar vi den aktuella användaren och följer upp ärendet. Vi samarbetar med myndigheter, inklusive lokala dataskyddsmyndigheter, för att lösa eventuella klagomål rörande överföring av personuppgifter om saken inte kan lösas direkt med användaren.

Ändringar

Sekretesspolicyen kan komma att ändras från tid till annan. Vi kommer inte att begränsa dina rättigheter enligt denna sekretesspolicy utan ditt uttryckliga samtycke. Vi kommer att lägga upp meddelanden om ändringar i sekretesspolicyen på den här sidan och om ändringarna är betydande kommer vi att tillhandahålla ett mer framträdande meddelande (inklusive e-postmeddelanden om ändringar av sekretesspolicyen för vissa tjänster). Vi kommer även att spara tidigare versioner av denna sekretesspolicy i ett arkiv så att du kan läsa dem.

Produktspecifik sekretesspraxis

I följande meddelanden kan du läsa om vår särskilda sekretesspraxis i samband med vissa produkter och tjänster från Google som du kanske använder:

- [Chrome och Chrome OS](#)
- [Böcker](#)
- [Wallet](#)

Googles sekretessavtal - enkät 1

1. Har du läst Googles sekretesspolicy?

Ja Nej Delvis

2. Vilka Google-tjänster använder du?

- Google Sök
- YouTube
- Picasa
- Gmail
- Google+
- Docs
- Calendar
- Maps
- Translate
- Annan/andra Google-tjänst(er)
- Inga

3. Har du ett konto till någon av de ovannämnda tjänsterna?

Ja Nej

4. Hur mån är du om att dölja dina spår på internet? (T.ex. genom att blockera cookies, rensa historik, se till att vara utloggad etc)

Inte alls mån 1 2 3 4 5 Väldigt mån

5. Använder du något skydd såsom inkognitoläge för att undvika att historia och cookies sparas?

Ja Nej

6. Har du fyllt i korrekt information när du skapat dina Google-konton?

Ja Nej

7. Har du medvetet avstått från att skapa konton?

Ja Nej

8. Brukar du vara inloggad på ditt Googlekonto när du surfar?

Ja Nej Vet ej

9. Har du aktivt ändrat inställningar som påverkar lagring av information och medgivande om informationsdelning till tredje part?

Ja Nej

10. Känner du till att Google kan samla in information om den specifika enheten (till exempel maskinvarumodell, operativsystemets version, unikt enhets-ID och ditt telefonnummer eller annan information om mobila nätverk) och att Google kan koppla dina enhets-ID:n eller ditt telefonnummer till ditt Google-konto?

Ja Nej Delvis

11. Känner du till att Google kan samla information i serverloggar som sträcker sig utanför din dator såsom information om telefoni, till exempel ditt telefonnummer, den uppringande partens nummer, vidarekopplingsnummer, samtalslängder, SMS-routning och samtalstyper?

Ja Nej Delvis

12. Känner du till att Google kan samla in information om din etniska tillhörighet, religiösa åskådning, sexuell läggning och hälsotillstånd?

Ja Nej Delvis

Google kan sedan den 1:a mars spara historik från Googles tjänster för all framtid. De första 18 månaderna kan informationen knyts till det specifika Google-kontot. Vid medgivande kan även känslig information säljas vidare till tredje part.

Under kontoinställningar kan man se och ändra inställningar för vilken information som sparas och eventuellt säljs vidare till andra företag.

Din e-mailadress: _____

Googles sekretessavtal - enkät 2

*Obligatorisk

Hur mån är du om att dölja dina "spår" på internet? *T.ex. genom att blockera cookies, rensa historik, se till att vara utloggad etc)

1 2 3 4 5

Inte alls mån Veldigt mån

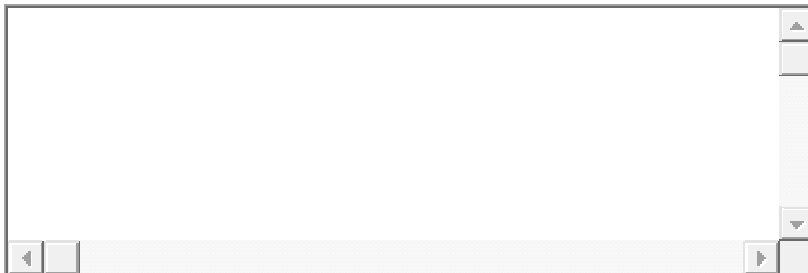
Brukar du vara inloggad på ditt Googlekonto när du surfar? *

- Ja
- Nej
- Vet ej

Har du sedan enkät 1 varit inne och ändrat inställningar för någon av de Google-tjänster du använder? *

- Ja
- Nej

Om ja, vänligen beskriv hur/varför.



Har ditt användande av Google-tjänster förändrats/påverkats av denna undersökning? (enkät 1) *

- Ja
- Nej

Om ja, vänligen beskriv hur/varför

An empty rectangular text input field with a light gray border. It features a vertical scrollbar on the right side and a horizontal scrollbar at the bottom, both with standard arrow and track icons.

Har din syn på Google och deras tjänster förändrats/påverkats av denna undersökning? (enkät 1) *

- Ja
- Nej

Om ja, vänligen beskriv hur/varför

An empty rectangular text input field with a light gray border. It features a vertical scrollbar on the right side and a horizontal scrollbar at the bottom, both with standard arrow and track icons.

Din e-postadress: *Viktig! (Enbart för matchning med enkät 1)
