

NHH



Digitalisering og overvåkning av personopplysninger

En kvalitativ analyse av holdninger til personvern og verdighet i forbindelse med atferdsbaserte forsikringsavtaler i Norge

Per Christian Sæter Hjellum og Sondre Vatnedalen

Veileder: Jon Iden

Selvstendig masterutredning innen økonomi og administrasjon

Hovedprofil: Økonomisk styring (BUS)

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i økonomi- og administrasjon ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen eller sensorer inntar for de metoder som er anvendt, resultater som er fremkommet eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

FORORD

Denne utredningen er et resultat av vår avsluttende mastergrad i økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole. Oppgaven er skrevet innenfor vår hovedprofil økonomisk styring og tilsvarer 30 studiepoeng. Arbeidet ble påbegynt medio desember 2021 og avsluttet i juni 2022. Hele prosessen tilknyttet utredningen har vært særdeles lærerik og vi har tilegnet oss gode erfaringer med å gjennomføre et vitenskapelig prosjekt.

I denne utredningen har vi fått muligheten til å utforske et dagsaktuelt og spennende tema, nemlig unge voksne sine holdninger til personvern og verdighet sett i lys av forsikringsselskaper sitt fokus på digitalisering og overvåkning av personopplysninger. Forsikringsselskaper tar i bruk stadig ny teknologi for å prise kundenes risiko mer presist. Vår masterutredning avdekker hvorvidt kundene er villige til å benytte denne teknologien i bytte mot økonomiske goder.

Vi ønsker å takke våre ti informanter for verdifulle innspill og veloverveide holdninger til temaene vi ønsket å adressere. Deres innsikt har vært helt avgjørende for oppgavens ordlyd og meningsinnhold, og ikke minst som representanter for en ung og fremadstormende målgruppe.

Avslutningsvis vil vi rette en stor takk til vår eminente veileder, Jon Iden, for god oppfølging og konstruktive tilbakemeldinger hva angår innhold og struktur. Idens faglige kompetanse har hjulpet oss med å tilegne en dypere forståelse av hva som er relevant å studere i et akademisk perspektiv.

Vi ønsker deg god lesning!

Norges Handelshøyskole

Bergen, 1. juni

Per Christian Sæter Hjellum

Sondre Vatnedalen

SAMMENDRAG

Ny teknologi muliggjør digitalisering og overvåkning av personopplysninger, noe som fra forskningen reiser kritiske spørsmål til hvorvidt personvernet og menneskets verdighet blir ivaretatt. Formålet med denne masterutredningen er å undersøke hvilke holdninger unge voksne har til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger for å få et gode. Mer spesifikt ønsker vi å analysere målgruppen generasjon Z, definert ved personer som er født i tidsrommet 1997-2000. Dette er en målgruppe som representerer fremtiden, og som i stort omfang vil erfare de positive og negative implikasjonene av slik digitalisering. Med bakgrunn i dette har vi formulert følgende forskningsspørsmål: *“Hvilke holdninger har generasjon Z til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger for å få et gode?”*

For å besvare dette forskningsspørsmålet har vi valgt å benytte en eksplorativ studie med en abduktiv forskningstilnærming hvor vi analyserte kvalitative data. For å avdekke målgruppens holdninger til personvern og verdighet valgte vi å benytte forsikringsbransjen som forskningsområde, herunder se på atferdsbaserte forsikringsavtaler innen helse- og bilsegmentet, hvor *telematikk* og *bærbar teknologi* anvendes for å innhente nødvendige personopplysninger fra kundene. Dette er teknologi som utprøves av forsikringsselskaper i dag, noe som gav oss muligheten til å observere hvilke holdninger målgruppen vår har innenfor en avgrenset og relevant kontekst.

Funnene våre indikerer at generasjon Z er mottakelige for digitaliseringen dersom de oppnår et gode i form av lavere forsikringspremie. De økonomiske insentivene trumfer både kostnaden ved å gi avkall på sine personopplysninger og den negative påvirkningen overvåkingen vil ha på deres verdighet. Når det er sagt er det visse aspekter tilknyttet personvern og verdighet generasjon Z uttrykker en reell bekymring rundt. Dette omhandler påvirkningen på menneskets atferdsmessige verdighet, maktubalansen som kan oppstå mellom kunde og forsikringsselskap og de negative implikasjonene tredjeparter som Tesla og FitBit har som ledd i databehandlingsprosessen. Et siste interessant funn avdekker at generasjon Z er mer restriktive til å dele personopplysninger knyttet til atferdsbaserte helseforsikringer, og forklaringen er at dette omfatter data av mer sensitiv karakter.

INNHALDSFORTEGNELSE

FORORD	2
SAMMENDRAG	3
1.0 INNLEDNING	6
1.1 FORSKNINGSSPØRSMÅL OG UNDERSØKELSESONOMRÅDE	8
2.0 LITTERATUR	9
2.1 PERSONOPPLYSNINGER	9
2.2 PERSONVERN	9
2.3 RESTRICTED ACCESS/LIMITED CONTROL	10
2.3.1 Konseptet personvern.....	10
2.3.2 Styringsmekanismer	11
2.4 CARE-TEORI	11
2.4.1 Digitalisering av personopplysninger.....	11
2.4.2 Verdighet.....	13
2.4.3 Tre former for verdighetsubalanse	14
2.4.4 Teoretiske påstander	15
2.5 TRUSLER MOT PERSONVERN OG VERDIGHET.....	15
2.6 SYNET PÅ PERSONVERN OG VERDIGHET.....	16
2.7 INDIVIDETS KONTROLL OVER PERSONVERNET	17
3.0 FORSKNINGSONOMRÅDE	18
3.1 INSURTECH.....	18
3.1.1 Bil- og helseforsikring.....	19
3.1.2 Teknologier for datainnsamling.....	19
3.2 TEKNOLOGIEN UTFORDRER PERSONVERN OG VERDIGHET	20
3.2.1 Tradisjonell databehandling for InsurTech	21
3.2.2 Dagens databehandling etter InsurTech.....	22
4.0 METODE	26
4.1 VALG AV METODE.....	26
4.1.1 Forskningstilnærming	26
4.1.2 Forskningsdesign	27
4.1.3 Forskningsstrategi	28
4.2 UTVALG	28
4.3 INTERVJUPROSESSEN	30
4.4 DATAINNSAMLING	31
4.5 DATAANALYSE	31
4.6 ANTAKELSER	32

5.0 FUNN	33
5.1 STYRINGSMEKANISMER FOR PERSONVERN	33
5.1.1 Tidspunkt for datadeling	33
5.1.2 Lokasjonsdata	35
5.1.3 Trekke samtykke	36
5.1.4 Økonomiske incentiver	36
5.2 DATABEHANDLING	37
5.2.1 Tiltro til forsikringsselskaper	37
5.2.2 Bekymring mot tredjeparter	37
5.2.3 GDPRs kompleksitet	38
5.3 BELØNNINGER OG UTFORDRINGER TIL VERDIGHET.....	39
5.3.1 Atferdsmessig verdighet.....	39
5.3.2 Iboende verdighet.....	40
5.3.3 Meritokratisk verdighet.....	41
5.3.4 Økonomiske incentiver	42
5.4 VERDIGHETSUBALANSE OG RESPONS.....	42
5.4.1 Maktbalanse	42
5.4.2 Respons	44
5.5 HOLDNINGSULIKHETER TIL SEGMENTENE.....	44
5.6 OPPSUMMERING AV FUNN.....	46
6.0 DISKUSJON	47
6.1 BEGRENSET KONTROLLBEHOV.....	47
6.2 HENSIKT OG INTEGRITET GJENSPEILES I TILLIT	48
6.3 KUNNSKAPSGAP	49
6.4 IMPLIKASJONER I PRAKSIS	50
6.5 CARE-TEORIENS RELEVANS.....	52
6.6 FUNN OG ANTAKELSER	54
7.0 KONKLUSJON	56
7.1 VIDERE FORSKNING	57
8.0 REFERANSELISTE	58
9.0 VEDLEGG, TABELLER OG FIGURER.....	64
VEDLEGG 1 - INTERVJUGUIDE	65
VEDLEGG 2 - SYMBOLFORKLARING PROSESSER FOR DATABEHANDLING	66
VEDLEGG 3 - INFORMASJONSSKRIV	67
VEDLEGG 4 - SAMTYKKESKJEMA	69
VEDLEGG 5 - NSD SIN VURDERING AV PROSJEKTET.....	72

1.0 INNLEDNING

Ny teknologi for datainnsamling muliggjør digitalisering og overvåkning av personopplysninger (Leidner & Tona, 2021). Det betyr at datainnsamling og bruken av personopplysninger i offentlig og privat sektor øker, noe som medbringer økt fokus på personvern og menneskets verdighet både i samfunnet og fra academia (Datatilsynet, 2021a; Leidner & Tona, 2021).

I 2018 ble *General Data Protection Regulation*, heretter GDPR, implementert i Europa for å beskytte individets sensitive personopplysninger (Datatilsynet, 2019b, 2021a). Dette er et regelverk som behandlingsansvarlige tredjeparter utenfor EU også skal forholde seg til (Datatilsynet, 2021b). Det Hvite Hus har imidlertid hevdet at stadig større mengder personopplysninger uansett vil samles inn og være under andres kontroll (White House, 2014, 9). Nye lekkasjer fra teknologiselskaper som Meta, samt overvåkningsmyndigheter i USA, viser at nettopp det er tilfelle. Det foregår både lovlig og ulovlig datainnsamling og profilering av individer på tvers av landegrenser. Avsløringene viser at selskaper er villige til å bryte personvernet og bevisst foretar skadelige handlinger for spesielt unges helse, ettersom data gir makt og penger (Szoldra, 2016; Gilbert, 2021).

Ifølge Googles sjefsøkonom, Varian (2014), godtar mennesker imidlertid å la personvernet bli invadert hvis de får et ønsket gode tilbake, som eksempelvis lån, medisinske råd, juridiske råd eller råd fra en digital assistent som Apple sin Siri. Undersøkelser fra 2014 støtter dette synet, da 55% av amerikanere er enig eller helt enig at de er villige til å dele litt informasjon om seg selv for å kunne bruke nettjenester gratis (PEW Research Center, 2014b). Hoofnagle m.fl. (2010) peker imidlertid på at den bakenforliggende årsaken til spesielt ungdommens tilsynelatende avslappende holdning til personvern er mangel på kunnskap om behandling av personvernet.

Nyere undersøkelser fra 2019 avslører at 79 % av amerikanere er bekymret for hvor mye data som samles inn om dem, og 7 av 10 føler at denne informasjonen er mindre sikker enn den var for fem år siden (PEW Research Center, 2019). 59 % av amerikanere sier de ikke forstår hva selskaper gjør med data som samles om dem, og 81 % opplever at de ikke har kontroll over dataene selskaper samler om dem. NTNU, UiB, Norsk Regnesentral og Forbrukerrådet avdekket at 75 % av nordmenn mener det bør bli vanskeligere å samle inn personopplysninger

som kan brukes til å lage digitale profiler (Gundersen, 2019). Bekymringene understøttes ved at mange kastet smartklokkene sine da Google kjøpte opp FitBit i 2019, en handling som skyldes frykt for at personvernet til 28 millioner brukere ikke ville bli ivaretatt (Paul, 2019).

I tillegg til denne statistikken observerer vi en reell bekymring i academia knyttet til problemstillinger som omhandler personvern. Forskning peker på at overvåkning av posisjoner ved GPS er etisk problematisk (Mcnamee, 2005). Zuboff (2015) hevder at en overvåkningsøkonomi, hvor data videreselges på bekostning av personvernet, kan true demokratiske normer. En ytterligere studie fra USA konkluderer med at overvåkning er problematisk ettersom National Security Agency, *NSA*, kjøper opp overvåkningsdata fra hele verden, og ikke bare internt i landet (Richards, 2013). I tillegg er det gjort kjent at NRK relativt enkelt kunne kjøpe overvåkningsdata ulovlig fra en aktør (Furuly m.fl., 2020).

Forskning som omhandler digitaliseringens påvirkning på menneskets verdighet er noe mer mangelfull. Riktignok er verdighet et sentralt begrep innen etisk forskning i dag, men hvorvidt menneskers verdighet krenkes av økt digitalisering er lite belyst i academia. I følge Global Dignity stammer begrepet verdighet fra prinsippet om at alle mennesker er født med en iboende verdighet, og at dette er en umistelig verdi man har utelukkende i kraft av å være et menneske (Global Dignity, u.å.). Leidner og Tona (2021) utvider verdighetsbegrepet til en tredelt definisjon, henholdsvis atferdsmessig-, meritokratiske- og iboende verdighet. Den atferdmessige- og meritokratiske definisjonen henviser til at verdigheten uttrykkes henholdsvis gjennom ens karakter og status, mens den iboende notasjonen av begrepet baserer seg på samme prinsipp som Global Dignity.

Sentralt i forskningen innen digitalisering og menneskets verdighet finner vi Royakkers m.fl. (2018) som med sin studie fremhever og problematiserer ulike sosiale og etiske temaer knyttet til digitaliseringsbølgen vi observerer i dagens samfunn. Deres funn konkluderer med at dominerende teknologier som blant annet Internet of things, robotikk og digitale plattformer vil utfordre menneskets verdighet, i tillegg til personvern, autonomi, sikkerhet, rettferdighet og maktbalanse. Som et tilsvarende svar på digitaliseringsbølgen er det avgjørende å bevisstgjøre interessenter på disse problemstillingene, slik at man dermed kan forme det digitale samfunnet på en etisk og ansvarlig måte (Royakkers m.fl., 2018).

Lanfranchi m.fl. (2020) publiserte nylig en litteraturstudie som undersøkte 102 vitenskapelige artikler innenfor datainnsamling i forsikringsbransjen, og studien påpekte at det mangler forskning på kunders opplevde verdi, motiver og tillit knyttet til tilbud hvor overvåkingsdata er sentralt. På generell basis mener vi imidlertid at det finnes mye forskning knyttet til begrepet tillit, og denne oppgaven vil derfor avdekke hvilke holdninger mennesker har til personvern og verdighet sett i lys av overvåkingsteknologien. En ny og anerkjent studie fra 2021, *CARE-teorien*, belyser hvordan menneskets verdighet påvirkes av digitalisering av personopplysninger (Leidner & Tona, 2021). Denne teorien er relativ fersk, og det eksisterer lite forskning om CARE-teorien utover hva som fremkommer i studien til Leidner og Tona. Basert på dette anser vi disse to temaene både interessante og relevante, og vi mener at en slik utredning kan være et godt supplement til allerede eksisterende forskning på området.

1.1 Forskningsspørsmål og undersøkelsesområde

På bakgrunn av selskaper sitt økende fokus på digitalisering og overvåking av personopplysninger, samt en reell bekymring knyttet til personvernet og menneskets verdighet dokumentert fra faglitteraturen, har vi utformet følgende forskningsspørsmål:

Hvilke holdninger har norsk generasjon Z til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger for å få et gode?

For å besvare dette forskningsspørsmålet anser vi det gunstig å benytte forsikringsbransjen som forskningsområde, som følge av at atferdsbaserte forsikringsavtaler er et nytt tilbud som utprøves av bransjen i dag. Slike forsikringsavtaler innebærer økt innsamling av risikodata ved nye metoder, utviklet ved digital innovasjon kalt *InsurTech* (Cortis m.fl., 2019). Denne teknologien utprøves i størst grad innen helse- og bilforsikring, hvilket impliserer at disse to segmentene har mest inngripende datainnsamling. Vi ønsker også å undersøke om det er ulike holdninger til personvern og verdighet innenfor disse to segmentene, og hvorvidt CARE-teorien er nyttig for å undersøke slike forhold.

2.0 LITTERATUR

I litteraturkapittelet vil vi først definere begrepet personopplysninger, før vi deretter introduserer og redegjør for både personvern og GDPR. Videre vil vi presentere hvilke to hovedteorier om personvern og verdighet vi vil anvende for å besvare forsknings spørsmålet, nemlig *Restricted Access/Limited Control* og *CARE-teorien*. Med RALC-teorien vil vi belyse en personvernteori som skiller mellom konseptet personvern og individers styringsmekanismer for håndtering av personvernet. Deretter vil sentrale elementer innen CARE-teorien forklares, herunder Leidner og Tona sin definisjon på menneskets verdighet, hvilke former for verdighetsubalanser som kan oppstå og relevante teoretiske påstander vi vil benytte i masterutredningen. Avslutningsvis vil vi peke på trusler knyttet til personvern og verdighet som er støttet opp fra tidligere forskning.

2.1 Personopplysninger

Alle opplysninger og vurderinger som kan knyttes til et individ er definert som *personopplysninger*. Personvernforordningen artikkel 4 stadfester at dette er spesifikke elementer som personens fysiske, psykiske, økonomiske, kulturelle og sosiale identitet. Det kan dermed være navn, telefonnummer, adresse, e-post eller fødselsnummer. Atferdsmønstre karakteriseres også som personopplysninger, og dette kan omhandle hvor man beveger seg, hva man søker etter på Internett, hva man handler eller hvilke serier man ser på. I personopplysningsloven er enkelte data definert som *sensitive personopplysninger*, som kan være eksempelvis helseopplysninger eller genetiske opplysninger. For å behandle slike opplysninger stilles det strengere krav. (Datatilsynet, 2019a).

2.2 Personvern

Personvern kan defineres som en samlebetegnelse på rettsregler med formål om å verne individet, hovedsakelig for å unngå misbruk av personopplysninger og frihetsberøvelse (Lassen m.fl., 2018). Alle mennesker har en ukrenkelig egenverdi, og derfor er det essensielt at man selv skal ha rett til å bestemme over egne personopplysninger (Datatilsynet, 2019b). Prinsippet om personvern er forankret i den europeiske menneskerettighetskonvensjonen, *EMK*, og sier at enhver har rett til respekt for sitt privatliv og familieliv, sitt hjem og korrespondanse. For å ytterligere styrke vernet om den personlige integriteten valgte Stortinget i 2014 å innlemme bestemmelsen om personvern i Grunnloven (Datatilsynet, 2019b).

GDPR er en personvernlovgivning som ble vedtatt av EU i 2018 (Datatilsynet, 2021a). Dette regelverket skal sikre at alle data som innhentes om privatpersoner kun kan brukes innenfor det området samtykket er gitt for. Nytt samtykke må innhentes dersom aktører ønsker å benytte seg av dataene utover dette (Datatilsynet, 2019a). *Næringslivets Hovedorganisasjon*, NHO, understreker at det hverken er farlig eller forbudt for aktører å behandle innhentede personopplysninger, men at det er avgjørende at det gjøres på en forsvarlig måte i henhold til loven (Næringslivets Hovedorganisasjon, 2017).

2.3 Restricted Access/Limited Control

Himma og Tavani (2008) har sammenstilt en personvernteori kalt Restricted Access/Limited Control, også referert til som RALC-teorien. Teorien hevder at personvernet opprettholdes ved to hovedaspekter: (1) Konseptet personvern og (2) individets styringsmekanismer for personvernet.

2.3.1 Konseptet personvern

Personvernet opprettholdes i ulike situasjoner ved at man beskyttes mot andres innblanding, inntrenging og tilgang til informasjon, derav *Restricted Access*. I hvilken grad man har rett på beskyttelse av personvernet avhenger imidlertid av situasjonen. For å avgjøre hvorvidt tap eller brudd på personvernet forekommer, skiller teorien mellom naturlig private situasjoner og normative private situasjoner. (Himma & Tavani, 2008).

Naturlige private situasjoner gir ikke rett til personvern, noe som betyr at personvernet kan mistes, men ikke brytes. Dette kan enkelt illustreres ved at en person tar en joggetur midt på natten. Personvernet vil kunne ivaretas som følge av at personen er naturlig skjermet for observasjon. Skulle noen likevel observere personen i løpet av joggeturen vil individet miste personvernet. Likevel har ingen brudd på personvernet funnet sted, da det ikke eksisterer noen lover som kan brytes. For denne masterutredningens undersøkelsesområde vil ikke naturlig private situasjoner være relevant, og dermed utdypes ikke dette ytterligere. (Himma & Tavani, 2008).

Normative private situasjoner gir derimot krav på personvern, da man i slike situasjoner er beskyttet ved lov. Det kan eksempelvis omfatte lover om behandling av helseopplysninger eller andre sensitive data. Individet har ikke selv direkte kontroll over personopplysningene eller mulighet til å forhindre at uønskede parter får tilgang til disse. Personvernet

oppretholdes likevel av loven som definerer hvem som skal ha autorisasjon på personopplysningene, slik at tilgangen på informasjon begrenses. Hvis disse lovene brytes, blir personvernet både brutt og mistet. (Himma & Tavani, 2008).

2.3.2 Styringsmekanismer

Begrenset kontroll, *Limited Control*, tar for seg håndteringsaspektet av personvernet. Teorien presiserer at fullstendig kontroll ikke er nødvendig for å håndtere personvernet, men at delvis kontroll er tilstrekkelig for individet. Teorien hevder begrenset kontroll kan initieres ved en eller flere av tre følgende aspekter: Valg, samtykke og korreksjon. (Himma & Tavani, 2008).

Valg omhandler at man som individ kan bestemme i hvilke situasjoner det er akseptabelt å gi andre tilgang til informasjon om seg selv. *Samtykke* omhandler at man kan bestemme hvilke typer personlig informasjon andre skal få tilgang til. *Korreksjon* omhandler makten til å gi andre tilgang, med mulighet for å korrigere beslutningen og dermed trekke eller begrense informasjonstilgangen. (Himma & Tavani, 2008).

2.4 CARE-teori

The CARE-theory of dignity amid personal data digitalization ble publisert av Dorothy E. Leidner og Olgerta Tona i 2021. Teorien oppsto som en respons på den overordnede bekymringen om at digitalisering og overvåking av personopplysninger til slutt kan føre til at mennesker blir gjenstander av teknologien. Teorien benytter allerede eksisterende kunnskap knyttet til digitalisering av personopplysninger, og rangerer dette i et høyere teoretisk rammeverk som drøfter menneskets verdighet (Leidner & Tona, 2021). Med den raske fremveksten av ny teknologi vi omgir oss med i dagens samfunn, er det avgjørende å fokusere på verdien av menneskets verdighet, slik at individer ikke blir slaver av uregulerte innovasjoner med lite, eller ingen, frie valg (Leidner & Tona, 2021).

2.4.1 Digitalisering av personopplysninger

Leidner og Tona påpeker at digitalisering av personopplysninger omfatter all informasjon som kan knyttes til et menneske. Dette kan være biologiske data, helsedata, fysiske data, kognitive, sosiale- og atferdsmessige data. Helsedata kan måles og samles inn ved hjelp av wearables som pulsklokker, mens atferdsmessige data kan fanges i daglig aktivitet, i husholdninger eller ved hjelp av overvåkingsbrikker i biler (University of Maryland, 2021, 5:20). Videre definerer

Leidner og Tona fire sentrale former for digitalisering av personopplysninger (Leidner & Tona, 2021).

1. *Knowing-self*
2. *Showing-self*
3. *Knowing-other (på mikro og makronivå)*
4. *Showing-other (på mikro- og makronivå)*

Knowing-self innebærer teknologi som tillater deg å bli bedre kjent med deg selv, dine rutiner og vaner. Dette kan være en skritteller som måler hvor mange skritt du går i løpet av en dag. *Showing-self* innebærer at du deler hendelser av ditt eget liv til andre, enten via Snapchat, Instagram eller andre plattformer på sosiale medier. *Knowing other* på mikronivå kan illustreres ved foreldre som ved hjelp av apper sporer hvor deres tenåringsdatter er til enhver tid (University of Maryland, 2021, 5:20).

Videre vil *knowing other* på makronivå basere seg på samme prinsippet vi ser på mikronivå, men i skalert forstand. Ved å opprette kundeforhold i et forsikringsselskap, kan selskapet spore deg på samme måte ved at de har en sporingsbrikke i bilen din som måler hvor hardt du bremses, hvor fort du akselerer og din generelle kjørestil. Et insentiv for å godta slik overvåkningsteknologi er at forsikringspremien din vil reduseres dersom du scorer høyt på parameterne forsikringsselskapet vektlegger. *Showing other* på mikronivå går ut på at man deler informasjon om mennesker i nær krets til andre utenforstående. Dette kan være foreldre som poster bilder og informasjon om barna deres på sosiale medier. Til slutt vil *showing other* på makronivå kunne illustreres ved at en organisasjon eksternt poster resultater fra en eller flere av deres ansatte (University of Maryland, 2021, 5:20).

Vår masterutredning har som formål å avdekke hvilke holdninger norsk generasjon Z har til personvern og verdighet i forbindelse med atferdsbaserte forsikringsavtaler. I den anledning vil det i denne oppgaven være naturlig å fokusere på *knowing other* på makronivå, nemlig hvordan forsikringsselskapene sin overvåkningsteknologi berører kunden og i hvilken grad de er villige til å akseptere betingelsene dette medfører. For å besvare forskningsspørsmålet er det derfor avgjørende å forstå hvordan verdigheten til et menneske påvirkes av slik digitalisering og overvåkning av personopplysninger.

2.4.2 Verdighet

Leidner og Tona definerer tre ulike notasjoner av verdighetsbegrepet, alle sterkt forankret fra litteraturen, og disse er *atferdsmessig*-, *meritokratisk*- og *iboende verdighet* (Leidner & Tona, 2021). *Atferdsmessig verdighet* påpeker at en persons verdighet uttrykkes gjennom ens karakter, hvordan man velger å leve livet sitt og hvilke handlinger man foretar seg. Den *meritokratiske* notasjonen av begrepet henvender seg til verdighet som status. Dette har sitt opphav fra de tidlige gresk-romerske tider hvor mennesker var villige til å ofre livet sitt for å forsvare samfunnet. I belønning fikk de høy sosial status, ære og ble behandlet med respekt. En tredje og siste notasjon ser på verdighet som en iboende verdi i alle mennesker, og anser alle like berettiget til moralsk respekt uavhengig av atferdsmessig- og meritokratisk verdighet (University of Maryland, 2021, 5:20).

Disse prinsippene bak verdighetsbegrepet danner grunnlaget for det vi i dag kjenner som CARE-teorien:

- Claims (belønninger)
- Affronts (utfordringer)
- Response (respons)
- Equilibrium (likevekt)

Rammeverket bak CARE har til hensikt å avdekke hvordan digitalisering av personopplysninger kan føre til både belønninger og utfordringer knyttet til verdighet. Som følge av dette vil ulike verdighetsubalanser oppstå, slik at individet er tvunget til å respondere på digitaliseringen for å gjenopprette likevekt (Walker, 2021).

Utfordringer knyttet til atferdsmessig verdighet kan oppstå ved at selskaper som samler inn personopplysninger anvender disse til å forutsi hvilke nyheter, annonser, tilbud og tjenester du ønsker å se, og dermed begrenser dine valgmuligheter. Leidner påpeker at dette kan skje i det skjulte, og at et individ sitt ønske om å leve slik man vil kan bli krenket av slik teknologisk innflytelse (Walker, 2021). Videre er ulike teknologier designet slik at de skal pushe kunden til å fatte beslutninger. I slike tilfeller kan kunden risikere å bli manipulert og behandlet som et objekt av teknologien, noe som fremstår utfordrende knyttet til menneskenes iboende verdighet (Walker, 2021).

Type verdighet	Belønninger	Utfordringer
<i>Atferdsmessig</i>	Tilgang til ressurser som tilrettelegger for et godt liv. Positiv påvirkning på atferd	Står overfor forhold som hindrer et godt liv. Negativ påvirkning på atferd
<i>Meritokratisk</i>	Får anerkjennende status når man har gjort seg fortjent til det	Får ikke anerkjennende status selv om man har fortjent det
<i>Iboende</i>	Blir behandlet som et likeverdige menneske. Iboende i alle mennesker	Blir behandlet som et objekt uten verdi.

Tabell 2.1: Belønninger og utfordringer til verdighet

2.4.3 Tre former for verdighetsubalanse

Basert på belønninger og utfordringer til de tre ulike notasjonene av verdighet kan det oppstå tre ulike former for en verdighetsubalanse; henholdsvis *intrapersonal*, *interpersonal* og *assosiativ verdighetsubalanse* (Leidner & Tona, 2021). Assosiativ verdighetsubalanse vil ikke ha relevans for videre analyser og diskusjon, og dermed utdypes ikke denne ytterligere.

En *intrapersonal* verdighetsubalanse beskriver situasjoner hvor samme person opplever både belønningen og utfordringen som digitaliseringen av personopplysninger medfører. Dette kan enkelt illustreres ved en skritteller. På en side vil den informere om hvor mange steg du tar i løpet av en dag, og den gir deg kunnskap om deg selv som kan gjøre at du tar bedre valg og lever et sunnere liv. På en annen side kan den lede til utfordringer knyttet til din oppførsel ved at du belønner deg selv med en ekstra dessert dersom du oppnår dine mål om å gå 10.000 skritt i løpet av en dag. Du baserer din oppmerksomhet på et aspekt av helsen din, og neglisjerer andre aspekter som ofte kan være viktigere, noe som i seg selv kan være utfordrende med digitaliseringen (University of Maryland, 2021, 5:20).

En *interpersonal* verdighetsubalanse oppstår i situasjoner hvor personen som mottar belønningen er forskjellig fra personen som mottar utfordringen. Et forsikringsselskap kan spore og overvåke en kunde, også referert til som *knowing others* på makronivå. Forsikringsselskapet belønnes av slik overvåking med tanke på at de kan prise risikoen sikrere. Kunden, på en annen side, er mer begrenset og vil kunne føle ubehag knyttet til å bli

overvåket. Her ser vi at belønningen rettes mot forsikringsselskapet, mens utfordringen rettes mot kunden (University of Maryland, 2021, 5:20).

2.4.4 Teoretiske påstander

Leidner og Tona oppsummerer CARE-teorien ved å legge frem tre teoretiske påstander, og disse vil være selve utgangspunktet for våre videre analyser. For det første vil digitalisering av personopplysninger for knowing others på makronivå, lede til belønninger og utfordringer for atferdsmessig, meritokratisk og iboende verdighet, og resultere i en intrapersonal eller interpersonal verdighetsubalanse (Leidner & Tona, 2021).

For det andre vil de to ulike formene av en verdighetsubalanse trigge en respons på makronivå med hensikt om å gjenoppnå likevekt (Leidner & Tona, 2021). Dette betyr at det er personen som opplever utfordringen som vil merke ubalansen som oppstår, mens personen som mottar belønningen ikke vil det. Hvis man er mottaker av utfordringene dette innebærer vil man respondere, kjempe tilbake eller prøve å unngå teknologien og digitaliseringen (University of Maryland, 2021, 5:20).

En tredje og siste teoretisk påstand adresserer at nye definisjoner av verdighet vil vokse frem, parallelt som implikasjonene av teknologiens betydning for digitalisering av personopplysninger vil utløse en ny bølge av verdighetsubalanser og responser (Leidner & Tona, 2021). Verden er i stadig utvikling og prosesser knyttet til digitalisering er i kontinuerlig endring. Ny teknologi og digitalisering vil kontinuerlig lanseres, noe som krever at elementene fra CARE-teorien også må forstås ut ifra omstendighetene og tiden man lever i (University of Maryland, 2021, 5:20).

2.5 Trusler mot personvern og verdighet

GDPR og personopplysningsloven viser at det er tatt grep de siste årene for å beskytte individets personvern, men likevel kan data enkelt havne hos andre aktører. Data om individer, som samles inn både lovlig og ulovlig på tvers av landegrenser, omsettes i et marked kalt overvåkningskapitalisme (Richards, 2013; Zuboff, 2015). Uavhengig om man har akseptert betingelser rundt datainnsamling, kan personopplysninger dermed havne hos ulike selskaper uten at man har kontroll over dette.

Kjøp og salg av overvåkningsdata opprettholdes av selskaper, kalt *overvåkningskapitalister*, som ønsker å forutsi og modifisere menneskers atferd for å generere inntekter og markedskontroll. Data benyttes til videresalg, effektivisere bruken av ressurser, redusere kostnader eller for å skreddersy tilbud etter kundenes preferanser. Dataene, kalt *overvåkningseiendeler*, karakteriseres i kritisk litteratur som stjålne eiendeler. Dette er fordi individet, på tross av samtykke, ikke forstår hvor omfattende og inngripende slik informasjonsinnhenting er overfor personvernet. Samtykket er dermed ikke reelt, og det diskuteres hvorvidt personvern og menneskets verdighet faktisk ivaretas. (Zuboff, 2015).

Overvåkningskapitalister kjøper store mengder data om individer og analyserer disse for å lage brukerprofiler. Enjolras (2014) hevder at slike brukerprofiler i økende grad utgjør en trussel mot personvernet og ytringsfriheten. Forklaringen er at de inneholder sensitive data om en persons liv, preferanser, vaner og handlinger. Bekymringen for ytringsfriheten og personvern deles også av Zuboff (2015), ettersom overvåkningskapitalisme medfører sanntidsdata om atferd og sinn. Det Hvide Hus konkluderer i sin rapport at det er økende potensiale for at analyse av Big Data kan ha umiddelbar effekt på miljø og beslutninger i livet som tas av individer (White House, 2014, 5). Individet kan dermed utsettes for atferdskontroll, fordi overvåkningskapitalismens marked muliggjør at personer endrer sin opprinnelige oppførsel knyttet til profitt og kontroll. Slik atferdskontroll og endring av opprinnelig oppførsel kan også true menneskets verdighet, nærmere bestemt den atferdsmessige verdigheten som Leidner og Tona adresserer.

2.6 Synet på personvern og verdighet

Synet på hvorvidt personvernet og menneskets verdighet rammes på bekostning av overvåkningsdata er delt, og dette beskrives gjennom en rekke studier. Pentland (2009, 76,80) mener overvåkningsteknologien har potensialet til å ødelegge vår frihet, ettersom «*sensorer, telefoner og andre datafangstenheter*» gir muligheter til å observere individer «*fra en guds øyensyn*». I PEW Research Center sin rapport siteres Varian om det digitale livet i 2025, hvor normen menes å være konstant overvåkning, og at folk vil være vant til det ettersom bekvemmeligheten og fordeler innen sikkerhet og tjenester er store (PEW Research Center, 2014a). Gyldigheten til denne påstanden er imidlertid problematisert, og åpner rom for spørsmål innen distribuering av personvernrettigheter, samt kunnskapen og valget om å gå med på å la seg overvåke (Zuboff, 2015).

Bekymringen for personvernet og menneskets verdighet observeres også i samfunnet. PEW Research Center (2014b) sin undersøkelse avdekker at 91 % av amerikanere er enig eller helt enig i at forbrukere har mistet kontrollen over hvordan personopplysninger samles inn og brukes av ulike selskaper. Oppslutning om endringer er også stor, ettersom 75 % mener at det bør bli sterkere regulering av hva selskaper kan gjøre med kunder sin personlige informasjon (PEW Research Center, 2019).

2.7 Individets kontroll over personvernet

I forbindelse med bruk og videresalg av data finnes det få virkningsfulle midler for styring av personvernet (Solove, 2013). Enjolras (2014) hevder at det er utfordrende å få kontroll over personlige data, ettersom man godtar avtaler med private selskaper om datainnhenting og datalagring ved bruk av deres produkter og tjenester. Personvernerklæringer er ofte presentert ved kompliserte setninger med liten skrift, og man nektes gjerne tilgang til et produkt eller tjeneste hvis man ikke godtar samtlige krav. Intensjonen bak å gjøre innstillingene for datainnsamling uforståelig og utfordrende å endre, er å få mennesker til å raskt inngå aksept.

Varian mener at skjult datainnsamling er et brudd på personvernet (Zuboff, 2015). Zuboff (2015) hevder at personvernet for samtlige parter i samfunnet ikke er truet, men at det omfordeles av overvåkningskapitalismen og at forbrukerne er taperne. Påstanden understøttes i lys av USAs høyesteretts uttalelse om personvern fra 1967: *“Personvern er individets valg om å kunne holde hemmelig hva man tror, tenker og har”* (Zuboff, 2015, 83; Farahany, 2012, 1271). Personvernet til overvåkningskapitalistene er derimot utvidet og gir bedre muligheter for hemmelighold rundt datainnsamling og videresalg av data. Det skjer fordi utviklingen av mulighetene for overvåkning mot profitt fremskrider forttere enn lovene og samfunnets forståelse av hva som faktisk foregår. Innskrenkning av individets personvern gir dermed mindre valgmuligheter for hemmelighold og kontroll over personvernet. (Zuboff, 2015).

3.0 FORSKNINGSOMRÅDE

For å besvare forskningsspørsmålet anser vi det hensiktsmessig å benytte forsikringsbransjen som forskningsområde, herunder helseforsikring og bilforsikring. I denne delen av utredningen vil vi definere InsurTech og atferdsbaserte forsikringsavtaler, før vi videre redegjør for de to forsikringssegmentene. Deretter vil vi introdusere begrepet smartbiler, samt presentere hvilke teknologier som muliggjør slik datainnsamling, henholdsvis *telematikk* og *bærbar teknologi*. Avslutningsvis vil vi sammenligne tradisjonell databehandling før InsurTech med dagens databehandling etter InsurTech, og ved hjelp av prosessmodeller forklare hvilke forskjeller vi observerer.

3.1 InsurTech

Forsikringsbransjen preges av digital innovasjon, *InsurTech*, herunder hvilke type data og måten risikodata samles inn på og nyttiggjøres (Cortis m.fl., 2019). For å overleve i en stadig mer teknologidrevet bransje er aktørene avhengige av å innhente store mengder data fra flere kilder. Segmentene for bil- og helseforsikring benytter seg derfor i økende grad av telematikk og bærbar teknologi for å estimere mer korrekt prising ved *atferdsbaserte forsikringsavtaler* til kunder i sine respektive risikogrupper (Cortis m.fl., 2019). Slik teknologi er nylig tatt i bruk i Storbritannia ved smartklokker, og i Norge ved brikker i bilen (Stables, 2016; Bjørkeng 2017; Sparebank1, 2017).

Atferdsbaserte forsikringsavtaler har blitt lansert og utprøvd av flere forsikringsselskaper de seneste årene. Sett fra et kundeperspektiv har installasjonene opplevdes kompliserte, noe som har ført til at teknologien har hatt begrenset popularitet. Tryg Forsikring tilbyr i dag en variant til unge bilførere kalt *sidekick*, og en slik type forsikring vil i følge Trygs kommunikasjonssjef, Ole Irgens, redusere antall ulykker blant unge førere (Hagesæther, 2022). På en annen side kan atferdsbaserte forsikringsavtaler reise problematikk knyttet til ulykker hvor forsikringsselskap ikke vil gi erstatning til bilførere om de mener dataene bilen genererer beviser at føreren har opptrådt uoppmerksomt. Det er ikke alltid gitt at dataene gir et korrekt bilde av hva som har skjedd, og da vil det kunne ha store konsekvenser for skyldspørsmål og videre rettssikkerhet (Hagesæther, 2022).

3.1.1 Bil- og helseforsikring

Bilforsikring består av tre hovedvarianter; Ansvarsforsikring, delkasko og kasko.

Ansvarsforsikring er obligatorisk og dekker skade på andres biler ved sammenstøt. Delkasko dekker gjerne tyveri, brann og enkelte skader på utstyr i bilen. Kasko inkluderer delkasko og ansvarsforsikring, og dekker i tillegg skade på egen bil ved sammenstøt. Det vil også være mulig med enkelte utvidede forsikringer på utstyr og bagasje. (Finansportalen, 2020; Forbrukerguiden, 2022b). Ettersom bilforsikring er obligatorisk, har de fleste nordmenn denne. Per 18. februar 2022 var antall uforsikrede kjøretøy rekordlavt, og bare 27.726 av over fire millioner forsikringspliktige unnlot seg bilforsikring (Finansnorge, 2022).

Helseforsikring kalles også for behandlingsforsikring, ettersom fordelene slike type forsikringer gir er prioritering i helsekøen når man trenger helsetilbud eller behandling. Forsikringen dekker blant annet kiropraktor, fysioterapeut, psykolog, CR, MR, måling av benskjørhet, medisiner, mammografi, operasjoner og reisekostnader til og fra behandling. (Forbrukerguiden, 2022a). Ved utgangen av 2020 har 516 000 nordmenn forsikring mot kritisk sykdom, 648 000 har behandlingsforsikring, mens 640 000 barn er forsikret mot eksempelvis medisinsk invaliditet og kritisk sykdom (Finansnorge, u.å.a, u.å.b). Vi observerer med andre ord høy etterspørsel etter både helse- og bilforsikring i Norge.

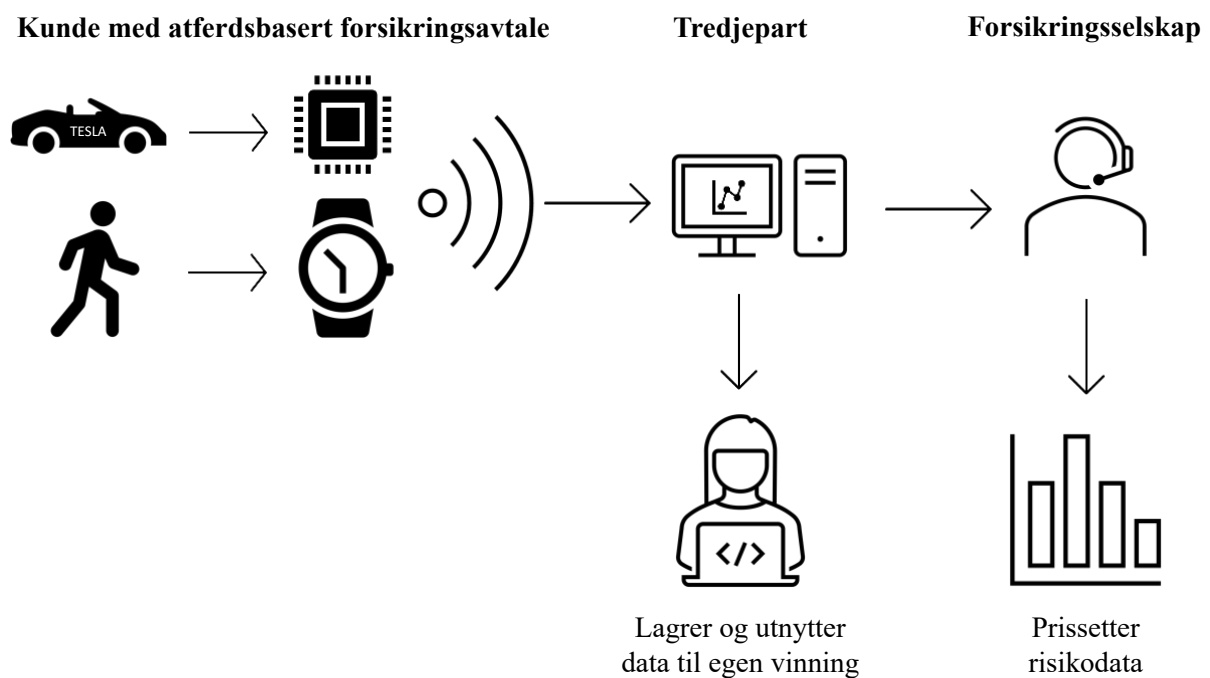
3.1.2 Teknologier for datainnsamling

En artikkel publisert i A-Magasinet 17. mars 2022, *Storebil ser deg*, adresserer teknologiutviklingen nye merker som Tesla, Nio og Hongqi står bak. Disse aktørene får stadig mer innsyn i kundenes privatliv, ettersom de fungerer som en tredjepart og leverandør av overvåkningsteknologien. Dashcam, GPS-antenne, førerkamera, stemmestyrte assistent, sensorer i passasjer seter, SOS-knapp med eCall og øvrige kameraer som filmer omgivelsene er noen av dataene bilene genererer. Slike smartbiler er i tillegg utstyrt med teknologiske midtkonsoller hvor tekniske forhold, kjørelengde og hastighet registreres, og hvor identiteten til både fører og passasjerer kan avdekkes dersom Bluetooth benyttes i bilen. Dette er teknologi som konstant er tilkoblet internett, slik at brukeropplevelsen vil øke i takt med hvor mye data du er villig til å dele. (Hagesæther, 2022).

Telematikk brukes gjerne i forbindelse med kommunikasjons- og informasjonsteknologi i biler (NTNU, u.å.). Sensorer utplasseres i biler for å måle og overvåke data som lokasjon, tidspunkt for kjøringen, kjørelengde, kjørefrekvens, atferd på farlige strekninger, fart,

akselerasjonsrate og bremsevaner (Cortis m.fl., 2019). Ved et eksperiment avdekket Cong m.fl., (2021) at bilbrikker rimelig presist kan registrere og forstå når bilen blant annet bremses, akselererer, kjører over linjer, svinger hardt eller kjører for fort. Eksperimentet avdekket farlig kjøreatferd ved 18 av 20 mulige situasjoner over en 23,13 kilometer kjørerute. Telematikk er dermed en velegnet teknologi for å innhente kjøredata.

Bærbar teknologi, også omtalt som *wearables* i litteraturen, er teknologi som genererer data fra sko, klær, smykker eller klokker. Hjerterytme, pulsvariabilitet, elektrokardiogram (EKG), blodtrykk, søvndata, temperatur, galvanisk hudrespons, hudledningsevne, blodsukker samt eksponeringsgrad for forgiftning er data som kan samles inn ved sensorer i klokker (Cortis m.fl., 2019). Slik teknologi vil, i likhet med telematikk, hjelpe forsikringsselskapet med å avdekke den underliggende risikoen hos forsikringstakeren. I tillegg vil teknologien potensielt kunne motivere til sunn atferdsendring og varsle kundene om deres helseproblemer. Figur 3.1 illustrerer datavandringen fra kunde til forsikringsselskap.



Figur 3.1: Tredjeparter som en del av informasjonskjeden

3.2 Teknologien utfordrer personvern og verdighet

Store mengder med beslutningsinformasjon og makt gjør at forsikringsselskaper potensielt kan skru av kundenes biler dersom hastigheten er for høy, eller fysisk stenge kjøleskapet dersom kundenes usunne kosthold medfører økt risiko for hjertesykdommer eller diabetes

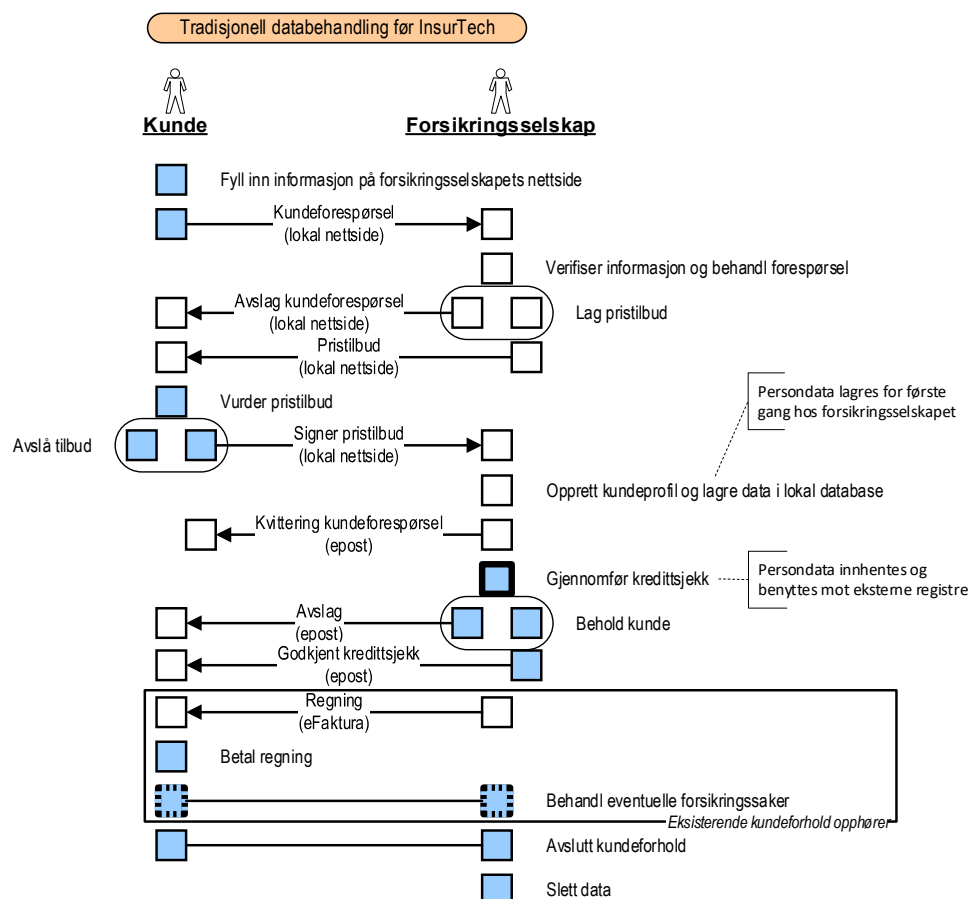
(Zuboff, 2015). Forsikringsselskaper ønsker å kalkulere de faktiske underliggende risikoene ved bruk av dataene, og basert på informasjonen gi en atferdsbasert pris. Det medfører imidlertid visse moralske problemstillinger ved å innhente større mengder med informasjon om et individ. Hovedproblemet knyttes til om det er riktig å kalkulere risiko for deretter å predikere en høyere eller lavere prismessig verdi på et individ. Et annet problem er hvorvidt prisingsmodeller, kalkulert ved data fra teknologiene, er korrekte. Selv om teknologien er følsom, kan målingene som gjøres fra enhetene også være unøyaktige (Cortis m.fl., 2019).

Ny teknologi utfordrer videre personvernet fordi brudd kan forekomme ved databehandlingen av individets data. For å forstå omfanget av potensielle brudd på personvernet og rollenes makt over kundens data i praksis, har vi modellert prosessen for databehandling. Arbeidet ga en dypere forståelse av forskningsspørsmålet og bidro til en mer konsentrert datainnsamling. For å forstå InsurTechs implikasjoner for databehandlingen, anså vi det hensiktsmessig å sammenligne den nye prosessen for databehandling med den tradisjonelle, som nå fases ut til fordel for nye teknologier. I arbeidet med å kartlegge prosessene korrekt er informasjon fra ansatte i forsikringsbransjen, samt personvernerklæringer og andre nettressurser fra forsikringsbransjen benyttet.

3.2.1 Tradisjonell databehandling før InsurTech

Forsikringsselskaper har tradisjonelt og historisk sett samlet inn tilgjengelige personopplysninger de anser som relevante. Før InsurTech sin inntreden samlet forsikringsbransjen inn informasjon om biltype, modell, kjørelengde, alder og antall år med skadefri kjøring (Finans Norge, 2009). Innen helseforsikring var det essensielt å forstå den underliggende helserisikoen. Derfor ble det samlet inn data om alder, underliggende sykdommer eller risikoaktiviteter som røyking (Forbrukerguiden, 2022a). Ved slik tradisjonell datainnsamling utført av forsikringsselskapene selv, ble dataene lagret lokalt hos dem.

Modellen nedenfor viser den tradisjonelt begrensede flyten dataene har mellom kunde og forsikringsselskap fra oppstart til utvikling av kundeforholdet. Klammene med tekst påpeker hendelser i prosessen som er spesielt interessante i forhold til behandling av personopplysninger. Disse vil man også finne igjen i dagens databehandlingsprosess, da noen hendelser består i begge prosesser. Prosessens enkle rolleinndeling sikrer at GDPR lettere kan håndheves, da informasjon utelukkende behandles av forsikringsselskapene.



Figur 3.2 - Tradisjonell databehandling for InsurTech

3.2.2 Dagens databehandling etter InsurTech

Dagens databehandling etter InsurTech, anvist i figur 3.3, illustrerer også prosessen fra kundeforholdets oppstart til avvikling. Klammer med kommentarer i figur 3.2 er også representert i figur 3.3, samt noen nye røde kommentarer som markerer vesentlige hendelser i dagens prosess hva gjelder behandling av personopplysninger og personvern. Mye av behandlingen av data i prosessen er automatisert, ettersom data sendes trådløst til forsikringselskapet via en tredjepart og profilering av kunder foregår automatisk.

En vesentlig forskjell er at datainnsamlingen er mer omfattende enn ved prosessen for tradisjonell databehandling. Datainnsamlingen skjer gjennom en tredjepart, ved overvåkningsartikler som smartklokker fra FitBit eller Apple (Paul, 2019; Stables, 2016). Ved bilforsikring foregår innsamlingen ved at en applikasjon på telefonen kobles opp mot bilens infotainmentsystem, app2car, eventuelt ved at man får tilsendt en brikke som monteres i bilens diagnoseport, OBDII-port (Tryg, u.å.). Når dataene går gjennom en tredjepart er det imidlertid risiko for at disse også lagres hos dem, eventuelt videreselges til

overvåkningsmyndigheter eller andre selskaper (Beebe, 2019; Richards, 2013).

Forsikringsselskaper frister likevel med at datainnsamlingen medfører at forsikringspremien blir mer rettferdig for kunden (Tryg, u.å.).

Dagens databehandlingsprosess kompliseres ytterligere ved at overvåkningskapitalister som Google, Meta eller andre overvåkningsmyndigheter også involveres. Disse er nå en interessant i prosessen, ettersom de kan få tilgang til store mengder oppdatert sanntidsdata, også kalt Big Data. Big Data kan kategoriseres ulikt, men innen helse- og bilforsikring vil disse kategoriseres som ustrukturerte, da dataene kommer fra ulike sensorer og ikke har en standardisert struktur (Lee, 2017). Enkelte hevder størrelsesorden er ubetydelig, andre mener Big Data bør være over 1 terabyte som tilsvarer 16 millioner Facebook-bilder (Gandomi & Haider, 2015; Lee, 2017). Tesla viser til at Big Data kan lagres og analyseres, da selskapet fra 2018 til 2020 mottok kjøredata fra 2 milliarder kjørte mil, og per dags dato besitter data fra 3 milliarder kjørte mil (Lambert, 2020). Slike kjøredata, i tillegg til individers data fra smartklokker, er dermed av interesse både for forsikringsselskaper, tredjeparter og overvåkningskapitalister.

Den nye prosessen øker sannsynligheten for at dataene kan tilfalle og utnyttes av selskaper kunden er ukjent med, på både lovlig og ulovlig vis. Det kan skje ulovlig ved at data kjøpes opp av overvåkningsmyndigheter i det skjulte, eller at dataene stjeles. Personopplysninger kan også mistes lovlig, på tross av at GDPR skal beskytte personvernet. Signerer man avtaler er muligheten til stede for at man frasier seg rettigheter og data, hvilket medfører at personvernet lovlig svekkes. Selv om kunden til enhver tid skal kunne ha oversikt over hvilke aktører som besitter personopplysningene, kan det være vanskelig å få innblikk i dette. Tryg (2022) avslører at det tegnes og eksisterer separate avtaler mellom forsikringsselskaper og tredjeparter om behandling av data. Hva avtalene konkret inneholder er det utfordrende å få ytterligere informasjon om. Derfor kan det være vanskelig for kunden å vite om hans data havner hos overvåkningskapitalister. Separate avtaler medfører dermed at brudd på personvernet kan forekomme, ved at persondata videreselges, utnyttes og lagres, både under og etter at kundeforholdet er avsluttet.

4.0 METODE

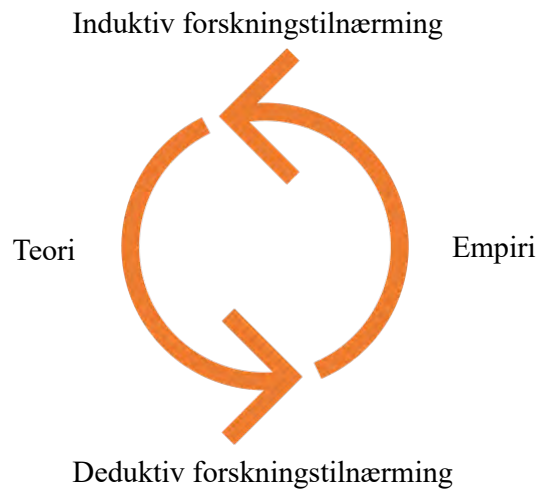
I dette kapittelet vil vi presentere hvilke metodiske valg vi foretar for å besvare forskningsspørsmålet. Valg av metode, forskningstilnærming, forskningsdesign, forskningsstrategi, utvalg og intervjuprosessen vil beskrives, før vi avslutningsvis redegjør for datainnsamling, dataanalyse og antakelser knyttet til forventede funn.

4.1 Valg av metode

For å besvare forskningsspørsmålet “*Hvilke holdninger har norsk generasjon Z til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger for å få et gode?*” har vi valgt å benytte en *kvalitativ* forskningsmetode. En slik forskningsmetode baserer seg på analyse av ikke-numeriske data som er innhentet gjennom intervjuer, deltakende observasjon, spørreundersøkelser eller fokusgrupper (Grønmo, 2020). Metoden benyttes for å gi innsikt i menneskelige uttrykk og utforske meningsinnholdet i sosiale fenomener for de som er involvert (Hovland m.fl., 2009). I tillegg er det en velegnet metode på områder hvor det finnes lite forskning fra tidligere, ettersom den kan kaste lys over nyutviklede begreper og teorier (Hovland m.fl., 2009). I vårt tilfelle vil en slik metode være hensiktsmessig, ettersom vi i stor grad benytter et nyutviklet rammeverk i CARE-teorien som det foreløpig eksisterer lite forskning rundt.

4.1.1 Forskningstilnærming

Videre vil vårt forskningsspørsmål belyses ved hjelp av en abduktiv forskningstilnærming, som befinner seg i krysningpunktet mellom en induktiv og deduktiv forskningstilnærming (Saunders m.fl., 2016). Induktiv tilnærming kan defineres som innsamling av kunnskap hvor man går fra empiri til teori, og man tilegner seg ny kunnskap på områder hvor det finnes lite forhåndskunnskap. Deduktiv, på en annen side, vil kjennetegnes ved motsatt fremgangsmåte ved at man beveger seg fra teori til empiri (Sander, 2020). Her vil gjennomføringen være av mer utforskende karakter, og vi vil bekrefte eller avkrefte hvorvidt teorien stemmer overens med empirien.



Figur 4.1: *Abduktiv forskningstilnærming*

For denne masterutredningen vil en abduktiv forskningstilnærming være hensiktsmessig, ettersom vi på en side vil teste hvorvidt teoriene om personvern og menneskets verdighet stemmer overens med empirien vi observerer i forskningsprosjektet. Dette vil forsvare den deduktive tilnærmingen som i høyeste grad vil være tilstede. På en annen side behandler vi teorier som angår områder hvor det finnes lite utbredt forskning fra før, hovedsakelig CARE-teorien som ble publisert i 2021. I den anledning har vi, basert på våre funn i masterutredningen, mulighet til å bevege oss frem og tilbake mellom teori og empiri, noe som kan medføre opphav av nye teorier eller modifikasjoner av allerede eksisterende teori (Saunders m.fl., 2016).

4.1.2 Forskningsdesign

Et forskningsdesign er en overordnet plan for utredningen som forklarer hvordan forskningsspørsmålet skal forklares (Sander, 2022). Denne masterutredningen vil basere seg på et *eksplorativt* forskningsdesign, og dette kjennetegnes ved at nye områder hvor det tidligere ikke er foretatt systematisk forskning, kartlegges (Saunders m.fl., 2016).

Masterutredningen formål er å undersøke norsk generasjon Z sine holdninger til personvern og menneskets verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger mot å få et gode, hvor “et gode” er definert som fordelene atferdsbaserte forsikringsavtaler medfører for enkeltindivider. Dette formålet gir klare incentiver for å benytte et eksplorerende forskningsdesign. Masterutredningen har til hensikt være et supplement til allerede eksisterende litteratur innen personvern og verdighet med ny innsikt (Saunders m.fl., 2012). I tillegg vil ikke utredningens sluttresultat være gitt. Forskningsspørsmålet støttes opp med

relevant litteratur, men informantene er relativt frie til å uttrykke deres holdninger knyttet til temaene.

4.1.3 Forskningsstrategi

Saunders m.fl. (2016) definerer en forskningsstrategi som en metodisk link som binder sammen filosofien bak forskningen og påfølgende metodiske valg som skal tas knyttet til datainnsamling og dataanalyse. For å besvare forskningsspørsmålet i denne masterutredningen finner vi det plausibelt å gjennomføre dybdeintervjuer med enkeltindivider som inngår i generasjon Z. Dybdeintervjuer er en kvalitativ undersøkelsesmetode som er godt egnet for å avdekke dybdekunnskaper om holdninger, meninger eller ønsker (Olseng og Sundbye, 2021). Intervjuene kjennetegnes ved en-til-en interaksjon mellom en moderator og en informant omkring et forhåndsdefinert forskningsspørsmål (Lynne, u.å.).

Saunders m.fl. (2016) påpeker at fordelene med individuelle dybdeintervjuer er at både spørsmålene og rekkefølgen på disse kan tilpasses etter behov i dialogen mellom moderator og informant. I tillegg vil dybdeintervjuer være hensiktsmessig å benytte fordi informantene ikke vil kunne påvirkes av hverandre. En slik tilnærming vil fjerne unødvendig støy knyttet til at enkeltindividets holdninger drukner i fellesskapets holdninger, noe som kan være en fallgrube ved en alternativ forskningsteknikk som fokusgrupper (Wibeck, 2000).

4.2 Utvalg

I denne masterutredningen består utvalget av ti informanter som inngår i generasjon Z. I skrivende stund finnes det ingen offisiell definisjon av begrepet generasjon Z, men vi baserer våre antakelser på en utbredt konsensus, samt en gen Z-analyse fra PEW Research Center fra 2018. Her omtales generasjon Z om personer som er født mellom 1997 og 2012 (Dimock, 2019). Vi velger derimot å avgrense utvalget til informanter født i perioden 1997-2000, slik at alle informantene i utvalget har fullført videregående opplæring, og påbegynt eller fullført høyere utdanning. Dette er forutsetninger vi tror vil gi et bredere grunnlag for å delta, ettersom selvstendighet og livserfaring vil være avgjørende for hvor mye innsikt man har på temaene personvern og verdighet. Videre mener vi det er interessant å analysere generasjon Z sine holdninger, da dette er en målgruppe som representerer fremtiden og som i stort omfang vil erfare de positive og negative implikasjonene overvåkingsteknologi omfatter.

Utvalget består av ti informanter fra vår nærmeste krets. Vurderingen rundt dette er at kjennskap til informantene ikke innebærer negative konsekvenser, da forskningsspørsmålet og dataene vi skal innhente ikke er av etisk påvirkelig karakter. Det vurderes heller å være en styrke som kan bidra til at informantene snakker mer åpent og i fortrolighet. Utvalget inkluderer menn og kvinner med ulik utdanningsbakgrunn. Dette er et bevisst valg vi har tatt for å prøve å fremme et mer nyansert og heterogent syn på holdninger knyttet til personvern og verdighet. Alternativt kunne vi intervjuet ti stykker fra Norges Handelshøyskole, men faren med dette er at dataene dybdeintervjuene hadde generert fort kunne blitt homogen.

Informanter	Yrke/studie	Fødselsår	Kjønn	Tidsbruk
Informant 1	Siviløkonom	1997	Mann	63 minutter
Informant 2	Sykepleier	1998	Kvinne	52 minutter
Informant 3	Markedsføring	1999	Kvinne	57 minutter
Informant 4	Siviløkonom	1997	Mann	45 minutter
Informant 5	Psykologistudent	1997	Mann	62 minutter
Informant 6	Siviløkonom	1997	Kvinne	50 minutter
Informant 7	Førskolelærerstudent	1997	Kvinne	54 minutter
Informant 8	Ingeniørstudent	1999	Mann	52 minutter
Informant 9	Økonomistudent	2000	Mann	51 minutter
Informant 10	Siviløkonom	1997	Mann	63 minutter

Tabell 4.2: Informanter

4.3 Intervjuprosessen

Første steg i intervjuprosessen var å spørre informantene hvorvidt de var interessert i å delta i masterutredningen. Vi forklarte kort forskningsspørsmålet og dets aktualitet, og gav kandidatene fem dagers svarfrist. De fikk deretter tilsendt et informasjonsskriv og et samtykkeskjema hvor nyttig informasjon, informantenes rettigheter og forskningsprosjektets hensikt ble presentert. Informasjonsskrivet inneholdt også definisjoner av ulike begreper som informantene trolig ikke kjente til i forkant, noe vi fant formålstjenlig for intervjuets innhold å opplyse om. Videre redegjorde vi for hvordan selve behandlingen av deres personopplysninger ville foregå, og at vi umiddelbart ville anonymisere informantene slik at de ble frikoblet fra intervjuene. Det ble også informert om at alle lydopptak slettes etter prosjektoppgavens slutt, og at de ikke ville bli brukt til andre ting utover det informantene hadde samtykket til. Dette ble gjort for å ivareta sikkerheten til informantene, samt å sikre de etiske aspektene knyttet til utredningen som er helt avgjørende i en slik prosess.

Neste steg i intervjuprosessen var selve gjennomføringen av dybdeintervjuene. Vi ville gjennomføre intervjuene ansikt til ansikt, da dette gir en bedre og mer naturlig flyt i interaksjonen mellom moderator og informant. Intervjuene startet med en uformell prat, før vi gikk videre til introduksjons- og fokusspørsmålene. Vi avklarte selve gjennomføringen av intervjuene på forhånd og delegerte arbeidsoppgaver deretter. En skulle lede intervjuet mens den andre skulle notere ned de viktigste momentene, stille oppfølgingsspørsmål, oppklare uklarheter og ha kontroll på det tekniske utstyret knyttet til lydopptakene. Ved å strukturere intervjuene på denne måten ville selve gjennomføringen fremstå mer oversiktlig, i tillegg til å gi økt grad av kontinuitet i interaksjonen mellom moderator og informant.

Spørsmålene i intervjuguiden baserte seg på sentrale elementer fra RALC-teorien og CARE-teorien. For å avdekke informantenes holdninger til verdighet var det naturlig å stille spørsmål rundt de atferdsbaserte forsikringspremiens påvirkning på verdighet, hvorvidt ubalanser oppsto og deres respons på dette. Videre ble informantenes holdninger til personvern avdekket ved at vi stilte spørsmål rundt ulike sentrale styringsmekanismer og databehandlingen av deres personopplysninger. Som følge av vår abduktive forskningstilnærming var vi åpne for relevante avsporinger og innspill informantene hadde, slik at funnene fra vår utredning i tillegg kunne fungere som et supplement til teoriene.

4.4 Datainnsamling

For å besvare utredningens forskningsspørsmål fant vi det formålstjenlig med datainnsamling som baserer seg på *primærdata*. Dette defineres om data som samles inn for å gi et svar på et klart og formulert forskningsspørsmål, og disse svarene kan finnes ved å gå ut i felten å spørre brukerne direkte (Sundbye & Nisted, 2017). Våre primærdata ble samlet inn gjennom dybdeintervjuene med informantene. Ved å samle inn data direkte fra kilden utelukker vi usikkerhet og støy som bruken av *sekundærdata* kan medføre. Dette er data som allerede er tilgjengelig og som opprinnelig var ment til et annet formål. Slike data kan enkelt misforstås, feiltolkes eller anvendes mot sin hensikt (Saunders m.fl., 2016). Denne utredningens sekundærdata knyttes til litteraturstudier og teori fremstilt i kapittel 2, samt modelleringer av ulike former for databehandling presentert i kapittel 3.

Forskningsområdet vårt avgrenses til atferdsbaserte forsikringsavtaler innen bil- og helseforsikring, da overvåkningsteknologien i størst grad virker å være utviklet og utprøvd innen disse segmentene. En siste avgrensning er at utredningen gjennomføres i Norge, som følge av at oppfatninger knyttet til personvern og verdighet kan være av varierende omfang og aktualitet på tvers av landegrenser.

4.5 Dataanalyse

Som et rammeverk for dataanalysen benyttet vi tematisk analyse, og denne ble foretatt i fire trinn: (1) transkribering, (2) koding, (3) definere og navngi aktuelle temaer og (4) presentasjon av interessante funn. Tematisk analyse var hensiktsmessig for vår kvalitative utredning fordi den oppsummerer nøkkeltrekk ved en stor mengde data, i tillegg til å fremheve likheter og forskjeller som kan være av interessant karakter for forskningsspørsmålet på tvers av temaer. I tillegg vil tematisk analyse kunne generere uventet innsikt, noe som var formålstjenlig med vår abduktive forskningstilnærming (Braun og Clarke, 2006). Under er en systematisk gjennomgang av de fire trinnene.

Først transkriberte vi alt materialet fra intervjuene hver for oss, og endte opp med et råmateriale på hundre sider. I henhold til NSD sine retningslinjer var vi pliktet til å anonymisere alt innsamlet datamateriale, og dette ble gjort fortløpende da vi begynte med selve transkriberingsprosessen. Transkriberingen ble foretatt så fort som mulig etter hvert intervju, slik at vi fikk gjengitt innholdet fra informantene mens det enda lå friskt i minnet.

I trinn to var det avgjørende med koding av det ubehandlede datamaterialet, slik at vi lettere kunne tilegne oss oversikt over meningsinnholdet og hva som kunne være av betydning for forskningsspørsmålet. Kodingen gjennomførte vi hver for oss. Dette var en vurdering vi gjorde for at begge skulle tilegne seg godt kjennskap til alt av datamaterialet, i tillegg til at vi unngikk å overse relevante og interessante funn.

Som trinn tre i den tematiske analysen satt vi oss sammen for å sammenligne kodingen, slik at vi sammen kunne definere og navngi aktuelle tema. Dette var en tidkrevende prosess hvor mye overflødig data ble silt ut. Ved det fjerde trinnet i den tematiske analysen satt vi igjen med det vi anså som relevante og interessante temaer for vårt forskningsspørsmål, og disse vil presenteres som funn i kapittel 5.

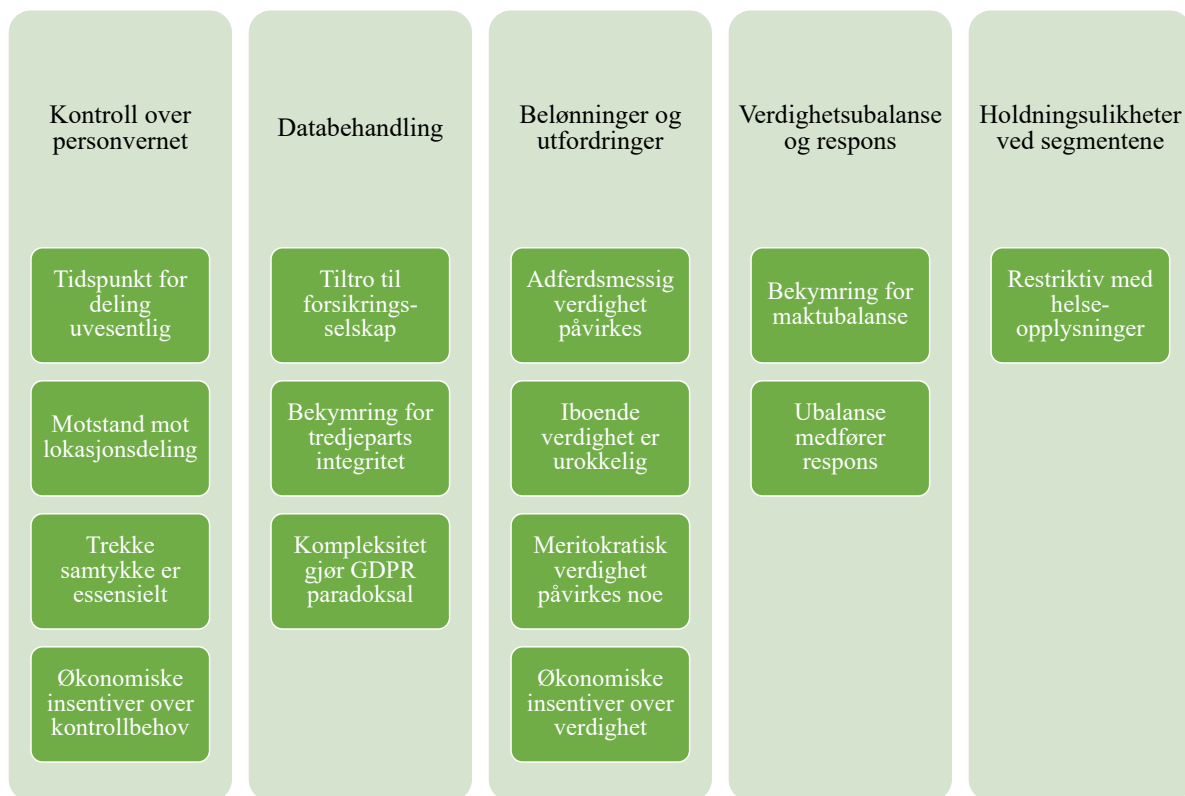
4.6 Antakelser

Våre antakelser er at informantenes syn på personvern og verdighet sterkt begrenser deres villighet til å dele sine personopplysninger med forsikringselskaper. Gjennom større lekkasjer fra teknologiselskaper som Meta og overvåkningsmyndigheter i USA har samfunnet blitt oppmerksom på at datainnsamlingen er kompleks. Data samles inn og analyseres til fordel for profitt og makt, og foregår på bekostning av personvern og spesielt unge menneskers helse (Szoldra, 2016; Gilbert, 2021). Basert på dette tror vi at generasjon Z er en aldersgruppe som i økende grad bevisstgjøres og tar stilling til problemstillingene som omhandler personvern og verdighet.

Det er også interessant å avdekke eventuelle holdningsulikheter som finnes til de to ulike segmentene i forsikringsbransjen. Vi tror at informantenes villighet til å dele sine personopplysninger vedrørende helseforsikring er vesentlig lavere enn ved bilforsikring, og dette begrunner vi med at helsedata omfatter data av mer sensitiv karakter.

5.0 FUNN

I denne delen av oppgaven vil vi presentere relevante funn fra intervjuene. Med bakgrunn i en tematisk analyse har vi avdekket fem ulike kategorier knyttet til holdninger rundt atferdsbaserte forsikringsavtaler innen helse- og bilsegmentet, og disse er; (1) kontroll over personvernet, (2) databehandling, (3) belønninger og utfordringer knyttet til verdighet, (4) verdighetsubalanse og respons og (5) holdningsulikheter til personvern og verdighet for de to segmentene. Funnene under sine respektive kategorier er illustrert i figur 5.1. Avslutningsvis vil vi oppsummere hvilke funn vi anser som mest aktuelle for å besvare vårt forskningsspørsmål.



Figur 5.1: Strukturering av funn

5.1 Styringsmekanismer for personvern

5.1.1 Tidspunkt for datadeling

Intervjuene avdekket en rekke interessante observasjoner knyttet til generasjon Z sine holdninger til personvernet. Behovet for å ha kontroll over eget personvern var til stede, men i relativt svak grad. Enkelte informanter ytret at frihet til å velge når man ville dele informasjon

til forsikringsselskap og tredjeparter var viktig for dem, ettersom de ønsket å ha god kontroll på sine personopplysninger. Det omhandler individets frihet til å handle som man vil og bestemme når man skal gi fra seg informasjon. Informant 10 utdyper dette synet:

Det vil absolutt ha en stor verdi for meg å kunne velge i hvilke situasjoner jeg vil dele personopplysninger. Hvis muligheten innskrenkes går det i større grad utover min frihet til å handle som jeg vil. Noen typer data ville jeg hatt mindre lyst at skulle bli overvåket hele tiden.

En annen informant fremhevet at det å bestemme tidspunkt for datadeling var viktig. Dette skyldes ikke at vedkommende var prinsipielt imot å dele data hele tiden, men mer for å lette på eget stressnivå. Informanten forventet at en atferdsbasert forsikringsavtale ville føre til et press om å opprettholde jevnlig fysisk aktivitet og en sunn livsstil. For å forbedre egen livskvalitet var det viktig for informanten å ha friheten til å velge tidspunkt for datadeling.

Å kunne bestemme når overvåkning skal finne sted anser jeg som ganske viktig. Ikke fordi jeg ikke vil at de skal vite hva jeg gjør på en dag, men på bakgrunn av press og stressnivå. Hvis man sparer penger ved å vise at man er aktiv, vil jeg bli stresset av å sitte i sofaen fordi jeg kjenner på at jeg burde trene. Informant 2

De fleste informantene ga imidlertid uttrykk for at å bestemme tidspunkt for deling av data var mindre viktig, og hadde ingen problemer med å dele personopplysninger til enhver tid om dette var nødvendige vilkår for avtalen. Informantene gav videre uttrykk for at det avgjørende var å få avtalen skriftlig, slik at man var bevisst på avtalebetingelsene man signerte på.

Informantene anser en slik styringsmekanisme som mindre viktig av flere grunner, deriblant en grunnleggende tiltro til forsikringsselskaper, noe vi vil komme tilbake til senere. Personopplysningene som samles inn ved atferdsbaserte forsikringsavtalene gjenspeiler egne handlinger. Individet har dermed i utgangspunktet en form for kontroll over sine personopplysninger og verdiene på dataene ved at man selv velger å ikke kjøre aggressivt, eller selv velger å trene og spise sunt. Dermed ønsket informantene å levere fra seg personopplysninger, på tross av konstant overvåkning.

Det ville ikke vært et krav for meg at data bare skulle deles innenfor visse tidspunkt eller når jeg selv bestemte det. Det er fordi det innen helse- og bilforsikring blir foretatt målinger av

valg jeg tar med kroppen eller med bilkjøringen. Det er mye jeg selv har kontroll over.

Informant 6

5.1.2 Lokasjonsdata

På tross av at majoriteten virket å bekymre seg lite for når man ble overvåket, ytret de fleste informantene et sterkt behov for å selv bestemme hvilke data de gir fra seg. Informantene virket å være opptatt av å være nøye i å forstå hvilke data som skal deles, og at valget var essensielt for ivaretagelse av personvernet.

Intervjuene avdekket at informantene hadde et unisont syn mot å dele lokasjonsdata ved bilkjøring. Dette skyldes flere grunner, men de fleste påpekte et sterkt ubehag ved at disse dataene til enhver tid vil være tilgjengelige for forsikringsselskapene. Motstanden mot å dele lokasjon var mye sterkere sammenlignet med andre data man gir avkall på ved en atferdsbasert bilforsikringsavtale. Enkelte påpeker også at ubehaget øker i takt med hvor nøyaktig slik datadeling av lokasjonsdata er. En generell posisjon som Vestlandet eller Bergensområdet ble sett på som mindre problematisk enn nøyaktige koordinater. Det virker å være et behov for å verne om sine personopplysninger, slik at man ikke kan bli identifisert ved dataene som samles inn.

Jeg ville ikke vært komfortabel med at forsikringsselskapet kunne spore hvor jeg kjørte til enhver tid. Helt greit at de ser om jeg befinner meg i Bergensområdet eller på Vestlandet, men om de skal ha en blå prikk på kartet og se hvor jeg har kjørt og hvem jeg har vært med, det liker jeg ikke. Informant 9

Motstanden mot lokasjonsdeling begrunnes også i frykten for å kunne bli utnyttet, og informantene oppfatter relevansen av lokasjonsdata som mindre viktig for forsikringsselskapene. Informantene er bevisst på at lokasjonsdata kan benyttes til å prise risikoen deres, men forstår ikke hvordan slike data kan være viktigere enn akselerasjons- og hastighetsdata. Vi observerer en grunnleggende frykt om at intensjonen bak å innhente lokasjonsdata skyldes andre faktorer enn å prise risiko. Informant 1 sammenfatter majoritetens holdninger rundt dette:

GPS-lokasjon ville jeg valgt å ikke dele. Jeg forstår ikke hvordan det skal være like avgjørende for forsikringsselskapet som hvor fort man kjører, hvor hardt man bremses eller

hvor fort man akselererer. Selvefølgelig har det litt å si om man kjører i et trafikkert område med mange biler, men om man generelt kjører fint så er det de kjøretekniske parametrene som bør ha mest å si for risikoen og da også prisen. Ved deling av lokasjonsdata føler jeg meg mer overvåket enn ved å dele data om bremsing, akselerasjon og hastighet.

5.1.3 Trekke samtykke

Alle informantene understreker at muligheten for å kunne trekke et samtykke prinsipielt sett er veldig viktig. Begrunnelsen for dette er at det handler om å ha kontroll over sine egne personopplysninger, og hvilke aktører man ønsker å dele denne informasjonen med. Hvis man har tegnet en ugunstig forsikringsavtale, eller har en endret livssituasjon som gjør at man ikke lenger ønsker å dele data, er det essensielt å kunne trekke et samtykke for datainnhenting.

Retten til å trekke tilbake et samtykke er veldig viktig for at jeg skal kunne ha kontroll over mine data. Informant 10

Selv om man har gitt samtykke en gang betyr ikke det at man står ved det for alltid, og da er det avgjørende å kunne trekke tilbake samtykket. Informant 1

Andre informanter fremhever også at et eventuelt fravær av en slik funksjon er skadelig for fremtidig utvikling og sikring av personvernet. Da vil man i prinsippet være fanget i en avtale man ikke kan komme seg ut av, og dataene vil være tilgjengelige for et eller flere selskaper i all fremtid. Informant 2 gjør rede for dette:

Det er viktig fordi ellers blir vi brikker i et puslespill vi selv ikke styrer. Jeg er redd for at det skal gå over styr og utvikler seg til ugunstige avtaler.

5.1.4 Økonomiske insentiver

Informantene virker å ha en reflektert holdning til personvernet, ettersom de ytrer at det er viktig å ha noe kontroll over egne personopplysninger. Samtidig erfarte vi at alle informanter var villige til å dele samtlige data, og til de tidspunkt en atferdsbasert forsikringsavtale krever, dersom de økonomiske insentivene var store nok. Med unntak av en prinsippfast holdning til å kunne trekke tilbake et samtykke, virker de økonomiske insentivene derfor å trumfe kontrollbehovet over personopplysninger.

Hvis man tenker at jo flere ting som lukes ut, jo dyrere blir det, så hadde jeg ikke hatt noe problem med å gi avkall på alle personopplysninger forsikringsselskapet krever. Det er prisen som til syvende og sist blir hovedinsentivet for min del. Informant 4

5.2 Databehandling

5.2.1 Tiltro til forsikringsselskaper

Hva angår behandlingen av individets personopplysninger, uttrykker informantene en unison tiltro til kjente, norske forsikringsselskaper. Dette benevnes som store og seriøse aktører som ikke har råd til å tape omdømme på bakgrunn av ulovlig databehandling og videresalg av personopplysninger. Informant 4 utdyper synet:

Jeg er ikke bekymret for brudd på personvernet så lenge jeg forholder meg til kjente, norske forsikringsselskaper. De er avhengig av å opprettholde et godt omdømme, og behandlingen av personvern og databehandling er en stor del av det omdømmet i dag.

Informantene utdyper at de har god tro på at forsikringsselskapene har gode intensjoner. Forsikringsselskapene sin funksjon er å stille opp om ulykker eller uhell skulle forekomme, og dette vil være en trygghet som kunde. Samtlige informanter er klar over at brudd på personvernet kan skje i form av datainnbrudd, men de finner ingen gode argumenter for å ikke stole på forsikringsselskapene i utgangspunktet, da de fremstår som ærlige aktører med en god hensikt.

5.2.2 Bekymring mot tredjeparter

Informantene uttrykker en større skepsis knyttet til hvorvidt tredjeparter ivaretar personvernet. Observasjonene våre avdekker at majoriteten er bekymret for at tredjeparter også behandler personopplysninger, da data fra klokker eller biler samles inn gjennom dem. Informantene opplever at de har mindre kontroll på hvem som faktisk har informasjonen og hvordan den behandles.

Jeg er litt skeptisk til å dele data hvis forsikringsselskapet og tredjepartene har separate avtaler rundt databehandling slik at man ikke vet hvordan de behandler dataene. Informant 7

En ytterligere bekymring rundt integriteten til tredjepartene er knyttet til sikkerhet. Vi observerer en reell frykt for at tredjeparters fokus på å selge sitt produkt, eksempelvis

smartklokker eller biler, går på bekostning av sikkerhetsprioriteringer. Dette medfører økt bekymring til hvorvidt personvernet ivaretas, samt et ønske om å avstå fra å dele personopplysninger med tredjeparter.

FitBit er opptatt av å selge klokker, og kanskje ikke like opptatt av sikkerheten rundt personopplysninger som et forsikringselskap. Derfor er det urovekkende at tredjeparter også behandler dataene. Informant 5

Jeg tror mange underleverandører bryter personvernet allerede. Du vet ikke hvor dataene går innad i firmaet, hvem som får med seg ting eller om det brukes til andre formål. Informant 3

5.2.3 GDPRs kompleksitet

Informantene utviser videre et ønske om å kunne forstå hva som foregår, vilkårene i en avtale og eventuelt gjøre endringer hvis det er noe man er uenig i angående personvernet. Tiltroen til GDPR i seg selv er stor, og flere understreker at loven er både omfattende og grundig. Like fullt observerer vi en frustrasjon knyttet til lovens kompleksitet. Vilkår i avtaler er ofte ekstremt omfattende og vanskelig å forstå, samtidig som det kan være komplisert å gjøre endringer hvis det er noe man ikke er enig i angående behandlingen av personopplysninger. Lovens kompleksitet og grundighet er dermed den faktoren som gjør at mange ikke forstår avtaler, samt ikke orker eller evner å sette seg inn i vilkårene. Informantene hevder likevel at de velger å stole på at loven beskytter dem, og at de derfor ofte godkjenner vilkår ukritisk, på bakgrunn av kompleksiteten.

Jeg har stor tiltro til GDPR. Ulempen er at jeg aksepterer formelle vilkår, men samtidig egentlig ikke vet hva jeg har sagt ja til. Det er et gap, som gjør at jeg ikke sikkert vet om loven er tilstrekkelig, men jeg velger å stole på den. Informant 8

Loven er god nok til å skape noen rutiner som gjør at jeg kan velge om jeg vil gi bort mine personopplysninger eller ikke. Jeg kan ha en viss tillit til at GDPR hindrer selskaper å videreselge mine personopplysninger. Et hinder er likevel at vilkårene er vanskelig for alminnelige folk å forstå. Informant 5

5.3 Belønninger og utfordringer til verdighet

5.3.1 Atferdsmessig verdighet

For atferdsbaserte helseforsikringer vil bærbar teknologi samle inn data for ulike sensitive parametere, i tillegg til at forsikringssselskapet får informasjon om forbrukerens helsetilstand, kroniske-, underliggende- og genetiske sykdommer. Majoriteten av informantene påpekte at vi er født med forskjellig utgangspunkt, og at man ikke nødvendigvis kan velge sin egen helsetilstand. Det er dermed naturlig at overvåkning vil være å foretrekke dersom man i utgangspunktet er relativt frisk og i god form. Kostnaden ved å la seg overvåke dersom man er mer utsatt for direkte- og indirekte helserisikoer, i tillegg til at forsikringspremien økes ytterligere, anses av de fleste informantene som negativt hva angår menneskets verdighet. Informant 2 sammenfatter dette synet:

Hva angår atferdsbaserte avtaler innen helseforsikring er jeg veldig skeptisk. Alle har forskjellige utgangspunkt og sykdomshistorikk, og hvis underliggende sykdommer gjør at du automatisk får dyrere forsikring, vil jeg si at det er krenkende for menneskets verdighet, for du blir jo ikke syk med vilje.

Flertallet av informantene var samstemte om at atferdsbaserte forsikringsavtaler vil berøre forbrukernes atferdsmessige verdighet, men vi observerte en relativ bred spredning rundt hvorvidt denne formen for verdighet påvirkes positivt eller negativt. På en side hevdet noen informanter at atferdsbaserte forsikringsavtaler vil medføre at man blir et objekt for markedet og markedskrefter, og at påvirkningen av teknologi og overvåking som frarøver frihet og autonomi har klare, reelle negativer.

I lengden tror jeg at teknologien vil tvinge meg, og at livet vil styres i for stor grad. Jeg tenker at verdigheten jeg har som person blir redusert til at jeg bare er de opplysningene forsikringsselskapet samler inn om meg. Du gir på sett og vis avkall på friheten din.

Informant 8

Litt av utfordringen blir at det kan ramme min autonomi. Det kan bli press utenfra om at jeg skal oppføre meg på en viss måte, og det settes en monetær verdi på mine personopplysninger. Informant 1

På en annen side hevdet noen informanter at den atferdsmessige verdigheten ville påvirkes positivt, som følge av at man motiveres til å ta bedre beslutninger knyttet til helse- og kjøreatferd. Informant 9 og 10 redegjør for dette synet:

Jeg tror min atferdsmessige verdighet ville blitt påvirket av slike forsikringsavtaler. Objektivt sett tror jeg måten man lever livene sine på ville ha endret seg. Jeg ville trent mer og fokusert på å kjøre finere, og prøvd å få det til å se ut som jeg har en bedre livsstil enn hva som er tilfellet. Det er jo absolutt et godt insentiv å få bedre kondis samtidig som jeg får billigere helseforsikring.

Hvis jeg tegnet en atferdsbasert forsikringsavtale ville jeg både bevisst og underbevisst styrt noe mot å endre min atferd. Jeg vet at jeg helsemessig kan ta enda bedre valg når det kommer til kosthold, og det kan føre til at mine handlinger er mer i tråd med sånn jeg ideelt sett skulle ha levd.

Flertallet av informantene vektla riktignok både de positive og negative sidene ved at den atferdsmessige verdigheten berøres, her illustrert ved informant 8 sine uttalelser:

For en atferdsbasert bilforsikringsavtale, hvor telematikk benyttes for å overvåke disse parametrene, vil dette hele tiden ligge i bakhodet når jeg kjører slik at den atferdsmessige verdigheten og handlingene jeg foretar meg vil påvirkes. Jeg synes derimot det er vanskelig i dette tilfellet og avgjøre om det er positivt eller negativt, for på en side tar atferdsbaserte forsikringsavtaler bort friheten ved at man alltid blir overvåket, men på en annen side ville det gjort meg til en tryggere sjåfør og tatt bort mye av skaderisikoen.

5.3.2 Iboende verdighet

Majoriteten av informantene ga klart uttrykk for at mennesker sin iboende verdighet er urokkelig, slik at den ikke vil påvirkes av ved at forsikringsselskapet overvåker og innhenter personopplysninger. Med at den iboende verdigheten som ligger latent i alle mennesker er urokkelig menes det at alle er like berettiget til moralsk respekt uavhengig av atferdsmessig- og meritokratisk verdighet. Dette kommer klart til uttrykk ved informant 6 sine uttalelser rundt en atferdsbasert helseforsikring:

Du som menneske vil ikke bli mindre verdt selv om du har en større risiko knyttet til å utvikle sykdommer, men jeg ville følt meg urettferdig behandlet hvis det er mulig å skille de to. Hvis man tenker rasjonelt på det, så vil ikke min iboende verdighet endres noe ved å inngå slike avtaler.

Informant 7 og 10 deler også dette synet, men går lenger ved å adressere en underliggende bekymring for at teknologien overtar på flere fronter og hvordan samfunnet som helhet ser på dette menneskesynet:

Jeg tenker at atferdsbaserte forsikringsavtaler ikke vil gå på bekostning av menneskenes iboende verdi i seg selv, og da tenker jeg både i forhold til bil- og helseforsikring. En underliggende bekymring for min del er om teknologien overtar heller enn å være et hjelpemiddel på flere plattformer og i ulike livsfaser, og dette ville i større skala vært en trussel mot mennesker sin iboende verdighet.

Nei, jeg tenker at den iboende verdien som er i mennesker ikke påvirkes, og at menneskenes iboende verdi er urokkelig. Jeg tenker at den iboende verdien ikke er en monetær verdi basert på input og output, men at det er noe man er gitt fra fødselen av. Utfordringen er mer at dette kan være med på å påvirke hvordan samfunnet som helhet ser på det menneskesynet, men jeg tenker ikke at det faktisk endrer noe.

5.3.3 Meritokratisk verdighet

Hva angår menneskets meritokratiske verdighet, hvor man får anerkjennende status når man har gjort seg fortjent til det, indikerer våre funn at denne til en viss grad vil påvirkes som følge av atferdsbaserte forsikringsavtaler. Noen av informantene fremhevet at dette er spesielt relevant innenfor helseforsikringer, ettersom det ligger mer status i å ha en sunn og aktiv livsstil enn det å kjøre penere.

Mennesker vil kunne få status målt etter hvor lav forsikringspremien deres er på helse. Befolkningen vil kunne deles inn i grupper hvor mennesker med dårlig helse får status som dyre i drift og lavere standard sammenlignet med mennesker med god helse som får status som gode borgere med en lavere utgift for samfunnet. Informant 8

Halvparten av informantene hevdet riktignok at atferdsbaserte forsikringsavtaler ikke vil påvirke menneskenes meritokratiske verdighet, slik at det ikke vil være statusfremkallende. Et

interessant funn på dette området var informantenes syn på at motivasjon bør komme innenfra. Hovedfokuset skal ikke være at man får insentiver og belønnes med status fordi man scorer godt på parametrene som forsikringsselskapet vektlegger. Dette ser vi av informant 4 sine uttalelser:

Jeg mener at motivasjon skal komme innenfra. Motivasjon skal ikke komme av at en tilfeldig ansatt i et forsikringsselskap leser at du har vært på trening i dag og i går, og dagen før der, og dermed gir deg bedre vilkår for forsikringsavtalen din. Motivasjonen og fokuset bør være at kroppen ikke skal svikte når du er 60 år eller at du skal dø av hjerteinfarkt når du er 45 år.

5.3.4 Økonomiske insentiver

Et meget interessant funn er at de økonomiske insentivene atferdsbaserte forsikringsavtaler gir, trumfer påvirkningen overvåkningsteknologien har på menneskets verdighet. Godet man kan oppnå i form av en lavere forsikringspremie er det som hovedsakelig avgjør hvorvidt informantene vil inngå slike avtaler eller ikke. Dette synet redegjøres for ved informant 5 og 9 sine uttalelser:

De økonomiske insentivene kommer i første rekke. Om min kjørestil tilfredsstillt kravene til en rimelig bilforsikring, er det ikke så farlig at forsikringsselskapet får den informasjonen de trenger.

Jeg anser meg selv som i god form og som en habil sjåfør. Fordelen med atferdsbaserte forsikringsavtaler for meg er jo selvsagt at det blir billigere for meg som forbruker. For min del veier de økonomiske insentivene tyngre enn tapet ved å gi avkall på mine egne personopplysninger. Hvis slike atferdsbaserte forsikringsavtaler i tillegg former meg til å ha en viss atferd som jeg er enig i, anser jeg dette som veldig positivt.

5.4 Verdighetsubalanse og respons

5.4.1 Maktbalanse

Atferdsbaserte forsikringsavtaler vil medføre at forsikringsselskapene stadig vil få mer informasjon om kundene sine. Dette vil gjøre at de vil tilegne seg en fordel ved at de med større sikkerhet vil kunne forutsi sannsynligheten for at skader og ulykker skal inntreffe. Ved at usikkerheten og risikoen reduseres, vil det også normalt kunne bety større forventet avkastning for profittmaksimerende forsikringsselskaper. Informantene påpeker at den stadig

økende tilgangen forsikringsselskapene får på forbrukernes personopplysninger fort vil kunne oppleves som for inngripende i mennesker sine liv.

Det er rettferdig at mennesker som har en lavere risikofaktor knyttet til atferd bør belønnes for det, men hvis underliggende og kronisk sykdom straffes med høyere premie, tenker jeg dette er for inngripende og vil svekke verdigheten til enkeltpersoner. Informant 9

Videre påpekte informantene at jo mer informasjon forsikringsselskapet samler inn om kundene sine, jo større vil maktubalansen mellom kunde og selskap bli. Dette er et tilfelle av en interpersonal verdighetsubalanse som oppstår i situasjoner hvor personen som mottar belønningen er forskjellig fra personen som mottar utfordringen. Her vil forsikringsselskapet motta belønningen i form av mer informasjon om kundene sine og dermed mer nøyaktig prising av forsikringsprodukter, mens kunden vil motta utfordringene av ubehaget ved å bli overvåket.

En reell negativ med atferdsbaserte forsikringsavtaler er at det i økende omfang fokuserer seg rundt innsamling av personopplysninger, og det kan fort bli inngripende og gå på akkord med mennesker sin verdighet. Hvis forsikringsselskapene stadig vil kreve mer informasjon om meg som kunde, er det fort gjort å bryte en grense for hva som er innafør. Du gir de fingeren, så tar de hele hånden. Informant 1

Usikkerheten knyttet til påliteligheten av enhetene som benyttes ved telematikk og bærbar teknologi vil forsterke denne maktubalansen ytterligere. Flere av informantene gir uttrykk for at de ikke helt sikkert kan vite om dataene enhetene genererer er helt representative og dermed gir et korrekt grunnlag for prising. Informant 4 utdyper dette ytterligere:

Hvis jeg hadde gitt fra meg data om min kjøreatferd er jeg usikker på om disse dataene ville utgjøre et representativt bilde av hvordan jeg er som sjåfør. Per dags dato kjører jeg mye i rush frem og tilbake fra jobb, slik at det blir mye kjøring i rykk og napp, i tillegg til at man må gi gass for å ta en luke. Dette vil jeg tro veier negativt for min forsikringsavtale, til tross for at jeg anser meg selv som en habil sjåfør.

Dersom dataene enhetene genererer ikke er helt representative vil dette potensielt kunne ha store konsekvenser med tanke på skyldspørsmål og rettssikkerhet dersom ulykker skulle

inntreffe, spesielt innenfor atferdsbaserte bilforsikringer. Noen av informantene fremhever at dette veier tungt for ikke å inngå slike avtaler, ettersom det fra forsikringsselskapene sin side vil være tilfeller hvor de holder igjen erstatning om de mener forsikringstaker har opptrådd uoppmerksomt.

5.4.2 Respons

Hvis man er utsatt for maktubalansen atferdsbaserte forsikringsavtaler innebærer, vil man som oftest respondere eller prøve å unngå teknologien og digitaliseringen. Våre informanter er tydelige på at dersom man kommer ugunstig ut av forsikringsavtalene, ved at verdigheten er krenket, innsamlingen av personopplysninger er for inngripende og overvåkingen for ubehagelig, vil dette fordre at man responderer på ubalansen. Flertallet ville gått over til en standard helse- og bilforsikring hvor telematikk og bærbar teknologi ikke lenger benyttes, andre ville vurdert å bytte forsikringsselskap og noen ville forsøkt å snakke med forsikringsselskapet for å undersøke hvorvidt det var mulig å gjøre endringer i avtalen på områder man ikke kjente seg komfortabel med. Felles for alle informantene var at en eventuell ubalanse ville fordret en respons for å gjenopprette likevekt, noe vi kan observere av informant 5, 6 og 7 sine utspill:

Ved slike avtaler får man ikke kamuflert noe av livet sitt, for det som skjer er jo hovedsakelig at man selger sine personopplysninger. Hvis jeg som forbruker hadde følt at innsamlingen deres hadde blitt for inngripende, hadde jeg trolig skiftet til en standard bil- og helseforsikring.

Jeg hadde forsøkt å snakke med forsikringsselskapet for å undersøke om det var mulig å gjøre endringer på avtalen.

Hvis jeg følte at jeg kom ugunstig ut av avtalen, både med tanke på pris og krenket verdighet, ville jeg vurdert å skifte forsikringsselskap.

5.5 Holdningsulikheter til segmentene

Våre funn viser klare indikasjoner på at informantene vil være mer restriktive når det kommer til å dele informasjon om deres helse, sammenlignet med å dele informasjon knyttet til deres kjøreatferd. Dette forklares ved at dataen som samles inn ved en atferdsbasert helseforsikring er mer sensitive data som går veldig spesifikt inn på enkeltpersoner. Sammenlignet med

kjøreatferd, som i følge flere er noe alle har mulighet til å lære seg slik at man stiller på lik linje, vil informantene tenke mer gjennom hva de sier ja til før de gir avkall på sine sensitive helsedata til forsikringsselskapet. Basert på at kjøreatferd utelukkende kan knyttes til valg man kan ta, mens ulike faktorer relatert til helse er mer komplekse og ikke utelukkende valg, mener informantene også at verdigheten vil trues i større grad ved innsamling av sensitive helsedata.

Når det kommer til overvåking og innsamling av mine bilkjøringsdata er det en mindre del av meg, hvem jeg er og min identitet, og i mindre grad tilknyttet min verdighet enn helse, kroppen min, aktivitet, matinntak og søvn. Jeg tenker dermed at overvåkning av helsedata vil være mer inngripende og vil potensielt påvirke og føre til at jeg må ta stilling til og ta det med i flere vurderinger knyttet til valgene mine. Det utfordrer nok min verdighet i større grad enn det bilkjøring gjør. Informant 1

Angående informantenes holdninger til personvern observerte vi de samme tendensene. De fleste ville brydd seg lite om både når og hvilke data som deles ved snakk om en atferdsbasert bilforsikringsavtale. Når det er sagt er GPS-lokasjon noe flere trekker frem som ønskelig ikke å dele, og dette skyldes regelrett en bekymring for hva som kan skje dersom dataen havner i feil hender, slik at selskap kan bruke dette til å avdekke mønster hos forbrukere som de kan bruke til egen vinning. Holdningene til atferdsbaserte helseforsikringer baserer seg på samme resonnement som overfor, nemlig at man i større grad vil verne om data man anser som sensitive og ha valgmuligheter knyttet til denne forsikringen. I tillegg uttrykker informantene at de ville vært mer urolige for brudd på personvernet dersom deres helseinformasjon kom på avveie.

Jeg er definitivt mer bekymret for at data om min helseinformasjon lekkes, enn min kjøredata. Om du kjører litt fortere eller svinger hardere er det ikke så ille, da jeg ikke vet hvordan det kan misbrukes, selv om vi indirekte gir bort noe om personligheten vår. Helseinformasjon sier noe veldig konkret om hvem du er, og andre kan vite at du er høyere utsatt for hjerte- og karsykdommer enn du selv vet om. Informant 5

5.6 Oppsummering av funn

I denne utredningen har vi undersøkt hvilke holdninger norsk generasjon Z har til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger for å få et gode. Funnene våre indikerer at det desidert viktigste aspektet med atferdsbaserte forsikringsavtaler er at det skal gagne økonomisk. Vi observerer at informantenes holdninger til personvern og verdighet kommer i andre rekke, da flere av informantene uttrykker at økonomiske insentiver trumfer kontrollbehovet over egne personopplysninger og påvirkningen på deres verdighet.

Informantenes holdninger til personvern ved atferdsbaserte forsikringsavtaler kjennetegnes ved at når og hvilke data som deles ikke er av særlig stor relevans, med unntak av lokasjonsdata ved en bilforsikringsavtale. Derimot er retten til å kunne trekke tilbake et samtykke helt avgjørende for informantene, og at et fravær av en slik funksjon vil være skadelig for fremtidig utvikling av personvernet. Videre observerer vi at informantene har tiltro til forsikringsselskapene, men at det foreligger en underliggende bekymring for tredjepartene som et usikkert ledd i informasjonskjeden. Generasjon Z vurderer imidlertid ikke risikoen ved at tredjeparter behandler personopplysninger som faretruende for personvernet.

Angående informantenes holdninger til verdighet indikerer funnene våre at atferdsbaserte forsikringsavtaler vil påvirke både den atferdsmessige og meritokratiske verdigheten, men at menneskets iboende verdighet er urokkelig. Informantene uttrykker videre at en interpersonal verdighetsubalanse vil kunne oppstå som følge av forsikringsselskapenes økende tilgang og innsamling av sensitive personopplysninger, men at det ikke nødvendigvis er slik i dag ettersom man har et valg om å ikke inngå slike forsikringsavtaler. En eventuell maktubalanse fordrer respons, og ingen av informantene var villige til i utgangspunktet inngå en avtale de kom ugunstig ut av. Et siste interessant funn var at informantene er mer restriktive til å gi avkall på helsedata sammenlignet med bildata, og dette skyldes deres ønsker om å holde mer sensitive data for seg selv, i tillegg til økt bekymring dersom helseopplysninger havner på avveie.

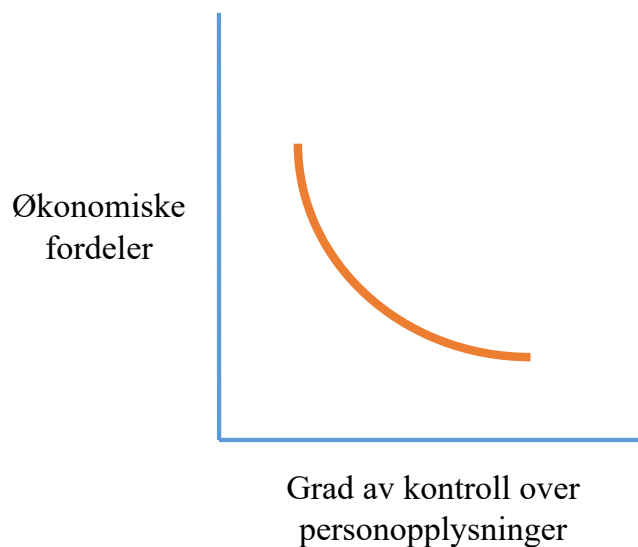
6.0 DISKUSJON

I denne delen av utredningen vil vi diskutere implikasjonene av funnene vi la frem i det foregående kapittelet. Dette innebærer å knytte funnene opp mot RALC-teorien, tidligere forskning, i tillegg til å supplere med andre teorier på området. Videre vil vi diskutere utredningens implikasjoner i praksis for individer, selskaper og lovgivende organer. Deretter vil vi diskutere hvorvidt CARE-rammeverket var godt egnet for å besvare forskningsspørsmålet. Avslutningsvis vil vi drøfte funn opp mot antakelser, relevansen av en abduktiv forskningstilnærming og hvorvidt funnene er representative for generasjon Z som helhet.

6.1 Begrenset kontrollbehov

Funnene er interessante i lys RALC-teorien og tidligere forskning. Ønsket om å kunne trekke tilbake et samtykke virker for generasjon Z å være en ufravikelig holdning ved personvernet. En interessant observasjon, i lys av RALC-teorien, er at muligheten til å bestemme hvilke data man skal dele og i hvilke situasjoner man vil dele ikke virker å være en prinsippfast holdning. Dermed virker ikke kontrollbehovet over personvernet, i henhold til RALC-teorien, å være absolutt, noe som samsvarer med hva *Limited Control* impliserer. Funnet støttes av uttalelser fra Googles sjefsøkonom, Varian (2014), som hevder at mennesker kan godta å la personvernet bli invadert hvis de får et ønsket gode tilbake.

Videre samsvarer funnet også med indifferenskurven vi finner fra konsumentteori, illustrert i figur 6.1. Individet ønsker å maksimere sin egen nytte, og på et tidspunkt er man villig til å gi opp noe for å få mer av noe annet, fordi nytten er lik langs hele indifferenskurven (Goolsbee m.fl., 2013). Observasjonen om at individet på et punkt er villig til å bytte noe kontroll over personvernet mot økonomisk gevinst, har dermed teoretisk substans. Kurven tangerer imidlertid ikke y-aksen, da dette ville krevd at informantene måtte gitt avkall på all kontroll, inkludert muligheten til å trekke tilbake et samtykke. Som følge av at informantene ikke vil ofre alle økonomiske fordeler for å oppnå full kontroll over sine personopplysninger, tangerer heller ikke indifferenskurven x-aksen.



Figur 6.1: Indifferenskurve

Generasjon Z har en reflektert holdning til personvernet ved at de ønsker noe kontroll over egne personopplysninger. Dette synliggjøres ved deres lavere villighet til deling av lokasjonsdata som imidlertid avtar hvis de økonomiske fordelene øker. I ytterste konsekvens ser vi villighet til å gi avkall på to av tre styringsmekanismer for personvernet innen RALC-teorien. Disse observasjonene tyder på at større grad av kontroll er noe generasjon Z bevisst ikke anser som essensielt.

Funnene indikerer videre at generasjon Z opplever et tilfredsstillende nivå av kontroll over personvernet, selv ved omfattende innsamling av sensitive data. Dette strider med tidligere statistikk fra USA og Norge hvor flertallet uttrykker bekymring for omfanget av datainnsamling, manglende kontroll over dataene og ønske om innstramminger for innsamling av personopplysninger (Gundersen, 2019; PEW Research Center, 2019). Disse undersøkelsene viser imidlertid ikke separat statistikk for generasjon Z, og dermed kan det tenkes at yngre generasjoner generelt har en mer avslappet holdning til personvernet sammenlignet med de eldre i befolkningen. Likevel fremstår nevnte funn noe overraskende, ettersom datalekkasjer og misbruk av yngre sine personopplysninger har vært fokus i media de siste årene.

6.2 Hensikt og integritet gjenspeiles i tillit

Generasjon Z sin opplevelse av tilstrekkelig kontroll forklares blant annet ved deres tillit til kjente norske forsikringsselskaper. Funnene tyder på at tilliten baserer seg på

forsikringsselskapene sin hensikt som er å hjelpe dersom uhell og skade forekommer. Tilliten ser imidlertid ut til å svekkes ved redusert kjennskap til forsikringsselskapene, og ved økt avstand mellom individet og rollen i databehandlingsprosessen. Dette er illustrert ved tredjeparter eller overvåkningskapitalister i figur 3.3. Funnene våre viser at dette skyldes generasjon Z sin usikkerhet rundt integriteten og intensjonen til disse partene. Begrepene integritet og intensjon er kjente begreper innen akademia. Utsagnene stemmer godt med teori om tillit, hvor Mayer m.fl. (1995) hevder at opplevd tillit til en annen part består av flere faktorer, deriblant motpartens integritet og hensikt bak gjøremålet.

Funnene viser videre at integriteten til tredjeparter betviles, fordi generasjon Z er mindre sikker på deres intensjoner innen databehandling og fokus på sikkerhet. Flere informanter fryktet at tredjeparter kanskje har et annet fokus på personvern enn et forsikringsselskap, og uttrykte bekymring for at personopplysninger kunne komme på avveie. Funnet vårt blant norsk generasjon Z samsvarer dermed med amerikansk statistikk fra PEW Research Center (2019) som forteller at et flertall amerikanere føler at data om dem er mindre sikker nå enn før.

6.3 Kunnskapsgap

Parallelt med at generasjon Z har tillit til forsikringsselskaper og besitter villighet til å kunne dele personopplysninger, uttrykker generasjonen en mangel på kunnskap om GDPR. Flere informanter uttrykker at de ikke forstår hva de godtar eller er usikre på om loven beskytter dem i tilstrekkelig grad. Dette er funn som er bekymringsverdig i lys av RALC-teorien. *Restricted Access*, en av de to hovedkomponentene som opprettholder personvernet, er avhengig av at loven er virksom ettersom den hindrer uønskede parter i å få informasjonstilgang og beskytter slik individets personvern (Tavani & Himma, 2008).

Ettersom generasjon Z oppgir å godta vilkår og betingelser uten å forstå dem, medfører dette at de potensielt gir avkall på rettigheter eller aksepterer at loven får minst mulig virkning ved tvister. Dette betyr at lovens potensiale ikke vil kunne utnyttes i individets favør i like stor grad etter signering. Andre parters informasjonstilgang utvides lovlig ved signert avtale, noe som kan medføre uoversiktlig datadeling og videresalg av personopplysninger. *Restricted Access*, ved RALC-teorien, impliserer dermed at kunnskapsgapet om GDPR kombinert med kompliserte vilkår og betingelser kan medføre at personvernet både mistes og tapes.

Informantenes mangel på kunnskap om personvern, kombinert med deres vilje til datadeling, samsvarer med forskning av Hoofnagle m.fl. (2010) om yngre sine holdninger til personvernet. Et samtykke til datadeling av større omfang, basert på kunnskapsmangel, kan tyde på at den reelle makten over personvernet i større grad ligger hos selskapene enn hos generasjon Z selv. Det betyr at Zuboff (2015) kan ha rett i sin bekymring om at datadeling i et større omfang er en trussel mot samfunnet. Ved at mye personopplysninger deles ubevisst og havner i uønskede hender kan informasjonen bli misbrukt til å påvirke og styre samfunnet, og på den måten undergrave sosiale normer og demokratiet som institusjon (Zuboff, 2015).

Generasjon Z sitt ønske om mer forståelige avtalevilkår, taler for at GDPR bør sette krav til ordlyden og den visuelle fremstilling av vilkår og betingelser. Behovet for kravspesifisering støttes av Nouwens m.fl. (2020) som avdekket at ved å ta vekk valg om sporing fra første nettside, økte samtykket med 23%. Studien avslørte også at kun 11,8% av 10 000 selskaper de undersøkte møtte minimumskrav i henhold til GDPR. For å illustrere dette endringsbehovet enda tydeligere er personvernerklæringen Tesla operer med lang, innviklet og gir få klare svar for forbrukerne. Janne Pedersen, som jobber med forbrukerrettigheter i Norges Automobil-Forbund, hevder at det for vanlige forbrukere er for komplisert å gjøre kvalifiserte valg når det gjelder innsamling og bruk av personopplysninger for nettopp Tesla. Forbrukere trykker dermed bare ja og aksepterer personvernerklæringene uten å lese gjennom hva det innebærer (Hagesæther, 2022).

6.4 Implikasjoner i praksis

Våre funn har betydning for flere parter i samfunnet, herunder *privatpersoner, selskaper og det lovgivende organ*. Fra privatpersoner sitt synspunkt indikerer våre funn at generasjon Z bør innta en mer bevisst holdning til personvernet, fordi nåværende holdning ubevisst kan fremme en skjevfordeling av makt. Vilkår og de faktiske konsekvenser av å skrive under på atferdsbaserte forsikringsavtaler kan med fordel studeres nøyere. Selskaper, som eksempelvis Tryg, er kortfattet i beskrivelsen av datadeling med tredjeparter: *“Deling skjer under Trygs ansvar, basert på databehandleravtaler som sikrer at personvernet ivaretas og at behandling ikke utføres på annet vis enn det Tryg har avtalt med leverandøren.”* (Tryg, 2022, 2. avsnitt). Holdningen generasjon Z har til personvern medfører dermed at forsikringsselskapene i praksis kan håndtere disse dataene friere enn de kanskje ville gjort om kundene hadde krevd å få fullt innsyn i de separate avtalene med tredjeparter. Selv om generasjon Z uttrykker stor

tiltro til forsikringsselskaper, er det ikke sikkert at selskapenes interesser alltid samsvarer med kundens. Hvem som egentlig har makt over individets personvern er dermed varierende.

Alvoret ved å ikke kjenne til detaljene i databehandlingsavtaler gjenspeiles av vurderingene jusprofessor Dag Wiese Schartum fra regjeringens Personvernkommissjon trekker etter å ha lest gjennom personvernerklæringene til Tesla, Nio og Hongqi. Han hevder at disse aktørene gir seg selv utstrakt rett til å sende opplysningene videre til en rekke utenforstående, og at disse personopplysningene kan havne hvor som helst så lenge det er i selskapenes interesse. Videre hevder han at hva som praktiseres imidlertid er vanskelig å avdekke, og ikke minst umulig for den enkelte bileier å følge med på (Hagesæther, 2022). Dette indikerer at tredjeparter som Tesla har motiver og egeninteresser som ikke nødvendigvis samsvarer med forbrukernes, og at selskapet prøver å utnytte seg av smutthull i loven for å tilfredsstille sine egne motiver.

Funnene har videre betydning for *selskaper*. På kort sikt viser funnene at generasjon Z vil være villige til å akseptere atferdsbaserte forsikringsavtaler så lenge de økonomiske fordelene er større enn ulempene. For å få lojale kunder på lengre sikt tror vi imidlertid at forsikringsselskaper er nødt til å bygge en god relasjon til kunden. Våre funn indikerer at generasjon Z er bevisst på menneskets verdighet og er villig til å bytte forsikringsselskap dersom den atferdsmessige- og meritokratiske verdigheten trues. Forsikringsselskaper bør derfor være forsiktig med å utelukkende fokusere på profittmaksimering, selv om forskning peker på at atferdsbaserte forsikringsavtaler tiltrekker lavrisikokunder (Che m.fl., 2021). Vår forskning viser også dette, da flere informanter pekte på at svak helse var en grunn til å avstå slike forsikringsavtaler. En løsning vil være at tydeligere valgfrihet rundt datadeling praktiseres. Da vil ikke den atferdsmessige verdigheten trues i like stor grad, som følge av at presset på å endre atferd vil reduseres.

Selskaper bør også fokusere på å øke kundenes tillit til dem ved å opptre ærlig og åpent om hvor data vandrer og behandles av tredjeparter. Våre funn avdekker skepsis til hvordan tredjeparter behandler data, både med tanke på hensikt og integritet. En ærlig og tydelig redegjøring av hensikten til tredjeparter mener vi dermed kan markere integritet og føre til en god relasjon mellom kunde, forsikringsselskap og tredjeparter.

Til slutt har våre funn betydning for *lovgivende organ*. Ettersom generasjon Z påpeker at avtalevilkår ofte er vanskelig å forstå, taler det for at lovgivende organ bør gjøre endringer i GDPR. Målet bør være å skape et sterkt insentiv til selskaper, uavhengig bransje, for å presentere rettigheter og valgmuligheter hva gjelder innsamling av personopplysninger på en brukervennlig måte. Det betyr at språket må forenkles, og at valgmuligheter om datainnsamling bør tilgjengeliggjøres ved færre steg enn i dag. I dag er situasjonen slik man gjerne må foreta mange tastetrykk eller opprette en bruker hos selskapet for å kunne ta et valg om datainnsamling og beskytte sitt eget personvern. Presiseringer i GDPR tror vi dermed kan begunstige relasjonen mellom privatpersoner og selskaper.

6.5 CARE-teoriens relevans

Diskusjonen vil i det videre basere seg på hvorvidt CARE-rammeverket er godt egnet for å besvare vårt forskningsspørsmål. Som følge av at CARE-teorien er ny og lite utforsket av andre i lignende forskningsstudier, har vi i denne utredningen hatt et snevert sammenligningsgrunnlag annet enn teorien til Leidner og Tona. En naturlig tilnærming vil dermed være å ta utgangspunkt i Leidner og Tona sine tre hypoteser knyttet til verdighet fra CARE-teorien og belyse hvorvidt våre funn styrker eller svekker disse hypotesene.

Leidner og Tona hevder med sin første hypotese at digitalisering av personopplysninger vil kunne lede til belønninger og utfordringer for atferdsmessig, meritokratisk og iboende verdighet, og resultere i en intrapersonal eller interpersonal verdighetsubalanse (Leidner & Tona, 2021). Våre funn gir en god indikasjon på at generasjon Z mener at atferdsbaserte forsikringsavtaler vil påvirke både den atferdsmessige og meritokratiske verdigheten, men at den iboende verdigheten vil stå uberørt som følge av at dette er en verdi man er gitt ved fødselen. Generasjon Z uttrykker at slik digitalisering og overvåkning vil reise både belønninger og utfordringer til verdighet, og at dette vil lede til en interpersonal verdighetsubalanse mot forsikringsselskapet dersom innsamlingen av personopplysninger blir for inngripende. Av informantenes holdninger observerer vi en grunnleggende skepsis til digitaliseringens utvikling, og hvilken effekt den kan ha på enkeltindivider. Med bakgrunn i dette er det belegg for å hevde at Leidner og Tona sin første hypotese styrkes, og at dette er fenomener vi med vårt forskningsspørsmål har avdekket.

Den andre hypotesen fra CARE-rammeverket tilsier at verdighetsubalanser som oppstår vil fordre en respons på mikro- og makronivå for å gjenoppnå likevekt (Leidner & Tona, 2021).

Generasjon Z gir sterkt uttrykk for at de vil respondere dersom det viser seg at digitaliseringen er til ugunst for dem. Flere hevder imidlertid at de i utgangspunktet ikke ville inngått slike forsikringsavtaler dersom de anså at de ville kommet dårlig ut av det, noe som hever listen for at slike verdighetsubalanser mot et forsikringsselskap i utgangspunktet vil inntreffe. Som følge av dette er det delvis grunnlag for å styrke hypotesen til Leidner og Tona, men dette fenomenet vil i større grad synliggjøres dersom man observerer summen av all digitalisering og overvåkning av personopplysninger som foregår i samfunnet, og ikke bare segmenter innad i forsikringsbransjen.

Med sin tredje og siste hypotese peker Leidner og Tona på at det vil vokse frem nye definisjoner av verdighet etterhvert som digitalisering og dens implikasjoner på individet øker i omfang. Dette vil igjen føre til en ny bølge av verdighetsubalanser som fordrer respons fra individer eller selskaper som er mottaker av denne ubalansen. Det er dermed avgjørende at CARE-rammeverket benyttes og forstås ut ifra omstendighetene og tiden man lever i (University of Maryland, 2021, 5:20). Informant 4 kom med interessant innsikt knyttet opp mot Leidner og Tona sin tredje hypotese, og diskusjonen vil i det følgende utdype implikasjonene av dette:

“Det som kan berøre min verdighet er den generelle utviklingen av hvor mye som blir digitalisert, fordi opp til et visst punkt hjelper digitaliseringen deg. Jeg tror ikke det hjelper veldig mye når man blikker over det punktet, men nøyaktig hvor det punktet går, er jo det som stadig flyttes ettersom teknologien utvikles. Når man observerer utviklingen har man et valg om å stå på siden som tilskuer eller bli presset med, og sistnevnte er jo det som vil berøre verdigheten.”

Denne innsikten er verdifull av tre grunner. For det første understreker informant 4 at det som vil berøre verdigheten er den generelle utviklingen av all digitalisering som foregår i samfunnet. Med bakgrunn i dette sitatet kan det hevdes at forskningsområdet vårt med atferdsbaserte forsikringsavtaler er noe snevert sammenlignet med summen av all digitalisering og overvåkning generasjon Z i dag utsettes for. Atferdsbaserte forsikringsavtaler i seg selv vil trolig ikke være av for inngripende og betydelig karakter, slik at påvirkningen på individets verdighet samlet sett vil være noe begrenset.

Det andre momentet som er interessant å trekke frem ved denne uttalelsen er at digitalisering vil hjelpe individet opp til et visst punkt, men om dette punktet stadig flyttes og digitaliseringen blir for inngripende, vil utviklingen kunne karakteriseres som stadig mer negativ for menneskets verdighet. Dette kan forstås i sammenheng med den overordnede problematikken som CARE-teorien belyser, nemlig at en slik utvikling vil føre til at mennesker til slutt blir et resultat av teknologien.

For det tredje påpeker informant 4 betydningen av valget man har som forbruker. Dersom dette valget fratras forbrukeren, slik at han blir presset med for å holde følge med digitaliseringens utvikling, vil dette ramme menneskets verdighet i bredere forstand. Atferdsbaserte forsikringsavtaler er i dag valgfritt, slik at man som forbruker har valget om å avstå fra å tegne disse avtalene dersom det strider mot holdningene vedkommende har til verdighet. Når det er sagt har CARE-teorien ved Leidner og Tona sine tre hypoteser absolutt gitt verdifull innsikt til forskningsspørsmålet, slik at bruken av teorien i denne utredningen i høyeste grad forsvares.

6.6 Funn og antakelser

Antakelsene våre i forkant av denne masterutredningen var at generasjon Z trolig ville være restriktive med å dele sine personopplysninger ved atferdsbaserte forsikringsavtaler. Dette begrunnet vi med forskning rundt misbruk av personopplysninger, brudd på personvernet og bekymring knyttet til påvirkningen på menneskets verdighet. Funnene våre indikerer imidlertid at disse antakelsene ikke er helt presise. Bekymringen er tilstede, men generasjon Z sine holdninger til både personvern og verdighet legges delvis lokk på så lenge de får et gode i form av lavere forsikringspremie. Dette er noe overraskende, men kan forklares ved at vi som forbrukere ønsker varer og tjenester billigst mulig. Vår andre antakelse, vedrørende hvorvidt generasjon Z vil være mer restriktive til å dele helseopplysninger sammenlignet med kjøredata, stemmer overens med funnene vi avdekket. Dette forklares ved at kostnaden ved å gi avkall på mer sensitive helseopplysninger er større og mer inngripende sammenlignet med å gi avkall på opplysninger om kjøreatferd.

Videre antok vi at en abduktiv forskningstilnærming ville være hensiktsmessig for å besvare forskningsspørsmålet. Både RALC- og CARE-teorien har fungert som gode rammeverk for utredningen, og elementene i teoriene har i stor grad hjulpet oss med å tilegne en dypere forståelse av holdningene generasjon Z har. Forskningstilnærmingen har også gitt oss innsikt i

hvilke alternative teorier disse to teoriene kan ses i sammenheng eller kombineres med. Den mest interessante koblingen er RALC- og CARE-teorien kombinert med indifferenskurven fra økonomisk konsumentteori.

Et siste moment som behøver diskusjon er knyttet til hvorvidt holdningene til informantene våre er representative for hele generasjon Z. Utvalget vårt består av en velutdannet gruppe som i stor grad evner å reflektere over disse temaene, og som tidligere nevnt anser vi dette som en styrke for primærdataen som innhentes i masterutredningen. Enkelte vil hevde at dette er antakelser som kan føre til systematiske skjevheter og feil i fremstilling av resultatene, også kalt *bias-er* (Saunders m.fl., 2016). Trolig ville funnene våre variert noe dersom vi hadde intervjuet ti andre personer innad i målgruppen eller utvidet utvalget. Basert på dette vil ikke funnene våre isolert sett kunne generaliseres og resultatene må dermed behandles varsomt. Når det er sagt observer vi tydelige tendenser hos majoriteten av informantene, noe vi tror lignende forskningsstudier på denne målgruppen potensielt også vil kunne avdekke. Forslag til videre forskning presenteres i kapittel 7.1.

7.0 KONKLUSJON

I denne utredningen har vi avdekket hvilke holdninger generasjon Z har til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger for å få et gode.

Forskningsspørsmålet er særdeles relevant uavhengig bransje, da generasjon Z vil møte overvåkningsteknologier som søker å gi dem et gode i bytte mot personopplysninger.

Ettersom forsikringsbransjen selv utforsker slik teknologi i dag, vil våre funn være spesielt interessant for dem, da utredningen avdekker holdninger til en kundegruppe som i økende grad entrer forsikringsmarkedet.

Vår forskning avdekker at generasjon Z har en reflektert men avslappet holdning til personvernet hva gjelder deling av personopplysninger. Generasjonen er prinsippfast ved retten til å beskytte sitt personvern gjennom å kunne trekke tilbake et samtykke. Motstand mot å dele lokasjonsdata er også sterk, men på et tidspunkt er de villig til å gi avkall på også denne dataen i bytte mot økonomiske fordeler. Generasjonen har tiltro til at forsikringsselskaper ikke bryter personvernet. De er også i stor grad villig til å ta risikoen som oppstår dersom tredjeparter innblandes i databehandlingen. Fullstendig kontroll over personvernet er dermed ikke ønskelig, men heller en lavere grad av kontroll. Generasjon Z sin tiltro til forsikringsselskaper og GDPR virker å være bakgrunnen for generasjonens avslappede holdning til personvernet.

Generasjon Z uttrykker videre reflekterte og nyanserte holdninger til verdighetsbegrepet. Å gi avkall på personopplysninger vil potensielt påvirke både den atferdsmessige og meritokratiske verdigheten, og for flere vil slik påvirkning medføre både positive og negative implikasjoner. Den iboende verdigheten vil derimot ikke trues, som følge av at dette er en verdi generasjon Z omtaler som urokkelig. Videre observerer vi en unison holdning knyttet til at maktubalanse mot forsikringsselskapet fordrer respons. Målgruppen uttrykker mer motstand mot å dele helsedata sammenlignet med kjøredata, og dette forklares ved sensitiviteten i dataene som innhentes. Likevel observerer vi at den økonomiske gevinsten er mest avgjørende for informantenes villighet til å ta i bruk atferdsbaserte forsikringsavtaler. Våre avgrensinger i utredningen medfører at funnene må behandles varsomt, og resultatene vil ikke kunne generaliseres.

7.1 Videre forskning

Våre funn indikerer at generasjon Z har en relativt avslappet holdning til personvernet. Dette strider med statistikk og forskning fra USA og Norge, hvor bekymring for datainnsamling, manglende kontroll og ønske om innstramminger for selskapers datainnsamling er ønskelig (Gundersen, 2019; PEW Research Center, 2019). Det kan tenkes at studiene fra USA og Norge ikke inkluderer mange fra generasjon Z, og at holdningene til yngre generasjoner avviker fra populasjonen i disse undersøkelsene. En kvantitativ undersøkelse vil bedre kunne tallfeste representative holdninger til personvern og datainnsamling for hele generasjon Z.

Ettersom tiltro til forsikringsselskaper og tredjeparter virker å ha stor betydning for generasjonens holdning, vil det være interessant å vite hvordan selskaper ytterligere kan øke og beholde tilliten fra generasjon Z. Tillit er et begrep som er mye utforsket, men det er mulig at generasjon Z bringer inn nye modererende eller medierende effekter, enn eksempelvis tillitsmodellen til Mayer m.fl. (1995) består av. Det vil være essensielt for selskaper å forstå generasjon Z sine holdninger til tillit, for å kunne kapre og beholde kundegruppen i tiårene fremover. Kvalitativ forskning vil kunne gi dypere forståelse om dette og gi bidrag til eksisterende teori på området.

Kjennskap til forsikringsselskapene virker også å være en essensiell grunn til hvorfor generasjon Z har en relativt avslappet holdning til personvernet. En kvalitativ studie for å forstå hvordan merkevarekjennskapet og oppmerksomheten hos generasjon Z kan økes, vil derfor være nyttig.

Videre har vi avdekket at atferdsbaserte helse- og bilforsikringer ikke er det mest egnede forskningsområdet for å forklare elementene i CARE-teorien fullt ut. Trolig vil teorien kunne egne seg bedre ved å studere innføringen av kunstig intelligens i bred forstand eller etableringer av ulike teknologier og digitalisering i store selskaper som Google, Meta eller andre Tech-giganter. Kunstig intelligens har sine fordeler, men en vesentlig ulempe som gir grunnlag for bekymring er hvorvidt teknologien tjener mennesker heller enn å erstatte dem. Dette reiser en interessant problematikk hvor elementene fra CARE-teorien vil gå rett inn i sakens kjerne.

8.0 REFERANSELISTE

- Beebe, J. (2019, 22. mars). What you don't know about your health data will make you sick. *Fast Company*. <https://www.fastcompany.com/90317471/what-you-dont-know-about-your-health-data-privacy-will-make-you-sick>
- Bjørkeng, P. K. (2017, 2. april). Er du villig til å la deg overvåke for å spare penger? Nå kommer trenden for fullt. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/viten/i/AaQjn/er-du-villig-til-aa-la-deg-overvaake-for-aa-spare-penger-naa-kommer-trend>
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706QP063OA>
- Che, X., Liebenberg, A. & Xu, J. (2021, 27. juli). *Usage-Based Insurance—Impact on Insurers and Potential Implications for InsurTech*. Paper presentert online på North American Actuarial Journal. <https://doi.org/10.1080/10920277.2021.1953536>
- Cong, S. N., Tuan, T. D., Van, D. D. & Tien, V. N. (2021, 26.-28. august). *Experimental Research on Driver Behavior Monitoring Device apply to Transportation and Insurance Field* [Paperpresentasjon]. International Conference on System Science and Engineering, Ho Chi Minh City, Vietnam. [10.1109/ICSSE52999.2021.9538484](https://doi.org/10.1109/ICSSE52999.2021.9538484)
- Cortis, D., Debattista, J., Debeno, J., Farrell, M. & Lynn, T. (2019). InsurTech. I T. Lynn, J. G. Mooney, P. Rosati & M. Cummins (Red.), *Disrupting Finance: FinTech and Strategy in the 21st Century* (1. utg., 71-84). Palgrave Pivot Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02330-0_5
- Datatilsynet. (2019a, 17. juli). *Hva er en personopplysning?* Hentet 14. februar fra <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/personopplysninger/>
- Datatilsynet. (2019b, 17. juli). *Hva er personvern?* Hentet 16. februar fra <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/hva-er-personvern/>
- Datatilsynet. (2021a, 26. mai). *Datatilsynets strategi*. Hentet 18. Februar fra <https://www.datatilsynet.no/om-datatilsynet/planer/datatilsynets-strategi/?print=true>
- Datatilsynet. (2021b, 12. oktober). *Om personopplysningsloven med forordning og når den gjelder*. Hentet 14. februar fra <https://www.datatilsynet.no/regelverk-og-verktoy/lover-og-regler/om-personopplysningsloven-og-nar-den-gjelder/>
- Dimock, M. (2019, 17. januar). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. PEW Research Center. Hentet 18. februar 2022 fra <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Enjolras, B. (2014). Big Data og samfunnsforskning: Nye muligheter og etiske utfordringer. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 55(1), 80-89. <https://doi.org/10.18261/ISSN1504-291X-2014-01-05>

- Farahany, N. A. (2012). Searching Secrets. *University of Pennsylvania Law Review*, 160(5), 1239-1308.
<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/pnlr160&div=33&id=&page=>
- Finansnorge. (2009, 18. mai). *Hva påvirker prisen på forsikring?* Hentet 16. februar 2022 fra <https://www.finansnorge.no/arkiv/skal-slettes/Hva-pavirker-prisen-pa-forsikring/>
- Finansnorge. (2022, 18. februar). *Rekordmange skaffer seg lovpålagt bilforsikring.* Hentet 19. februar 2022 fra <https://www.finansnorge.no/aktuelt/nyheter/2021/05/rekordmange-skaffer-seg-lovpalagt-bilforsikring/>
- Finansnorge. (u.å.a). *Barneforsikring.* Hentet 20. februar 2022 fra <https://www.finansnorge.no/statistikk/skedeforsikring/helseforsikring/barneforsikring/>
- Finansnorge. (u.å.b). *Hovedoversikt helseforsikringer.* Hentet 17. februar 2022 fra <https://www.finansnorge.no/statistikk/skedeforsikring/helseforsikring/hovedoversikt/>
- Finansportalen. (2020, 9. mars). *Slik finner du riktig bilforsikring.* Hentet 14. februar 2022 fra <https://www.finansportalen.no/andre-valg/artikler/veien-til-riktig-bilforsikring/>
- Forbrukerguiden. (2022a). *Den store guiden for helseforsikring og behandlingsforsikring: Alt du trenger å vite i 2022.* Hentet 15. februar 2022 fra <https://forbrukerguiden.no/helseforsikring/>
- Forbrukerguiden. (2022b). *Slik får du beste og billigste bilforsikring – enkel sammenligning av tilbud.* Hentet 17. februar 2022 fra <https://forbrukerguiden.no/bilforsikring/>
- Furuly, T., Lied, H. & Gundersen, M. (2020, 9. mai). Avslørt av mobilen. *NRK*.
<https://www.nrk.no/norge/xl/avslort-av-mobilen-1.14911685>
- Gandomi, A. & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2), 137-144.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.10.007>
- Gilbert, B. (2021, 14. september). Facebook Knows Instagram is bad for teenagers` mental health. *Businessinsider*. <https://www.businessinsider.com/facebook-internal-report-shows-instagram-bad-for-teens-2021-9?r=US&IR=T>
- Global Dignity. (u.å.). *Om verdighet.* Global Dignity Norge. Hentet 7. april fra <http://www.globaldignitynorge.no/om-verdighet/?fbclid=IwAR3gtvb8GKyecyJF-cuEEzaK1W7oZP1bP8m-uRnV5p8tvoVxmp15VxumquM>
- Goalsbee, A., Levitt, S. & Syverson, C. (2013). *Microeconomics* (2. utg.). Worth Publishers.
- Grønmo, S. (2020, 3. november). *Kvalitativ metode.* Store Norske Leksikon. Hentet 11. mars 2022 fra https://snl.no/kvalitativ_metode

- Gundersen, M. (2019, 18. oktober). Undersøkelse: 75% av nordmenn vil det skal bli vanskeligere å samle inn persondata. *NRK, NRKbeta*.
<https://nrkbeta.no/2019/10/18/undersokelse-75-av-nordmenn-vil-det-skal-bli-vanskeligere-a-samle-inn-persondata/>
- Hagesæther, P. V. (2022, 17. mars). Storebil ser deg. *Aftenposten, A-Magasinet*.
<https://www.aftenposten.no/amagasinet/i/7dMnW3/storebil-ser-deg>
- Himma, K. E. & Tavani, H. T. (2008). *The handbook of information and computer ethics* (1. utg.). John Wiley & Sons, Inc.
https://books.google.no/books?id=ZC7SDyPZUMoC&pg=PA144&lpg=PA144&dq=RALC+theory&source=bl&ots=leeXEcyZ76&sig=ACfU3U1_94IURmKRUKP-Z_g1GrcW8jynEw&hl=no&sa=X&ved=2ahUKewj8-Kmjytn3AhUmQ_EDHUu2Da04ChDoAXoECAIQAw#v=onepage&q=RALC%20theory&f=false
- Hoofnagle, C., King, J., Li, S. & Turow, J. (2010). How Different are Young Adults from Older Adults When it Comes to Information Privacy Attitudes and Policies? *The Social Science Research Network Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.1589864>
- Hovland, B. I., Bakken, K., Dale, O., Johnsen, W., Lunde, T., Melsom, P. A., Skolbekken, J. A., Møller, V. S., Staff, A., Ulrichsen, C. P., Vatten, L., Wifstad, Å. & Ruyter, K. W. (2009, 15. desember). *Veiledning for forskningsetisk og vitenskapelig vurdering av kvalitative forskningsprosjekt innen medisin og helsefag*. De nasjonale forskningsetiske komiteene. Hentet 13. mars 2022 fra
<https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/med-helse/vurdering-av-kvalitative-forskningsprosjekt-innen-medisin-og-helsefag/>
- Lambert, F. (2020, 22. april). Tesla drops a bunch of new Autopilot data, 3 billion miles and more. *Electrek*. <https://electrek.co/2020/04/22/tesla-autopilot-data-3-billion-miles/>
- Lanfranchi, D., Giorgino, M. & Grassi, L. (2020, 5.-7. august). *InsurTech and new technologies effect on the relationship between insurance and prevention: A systematic literature review* [Paperpresentasjon]. 32nd Eurasia Business and Economics Society conference, Istanbul, Tyrkia. https://www.researchgate.net/profile/Selami-Syla/publication/345321846_32nd_EBES_Conference_Proceedings_-_Vol_II_1/links/5fa3d23e92851cc286960072/32nd-EBES-Conference-Proceedings-Vol-II-1.pdf#page=142
- Lassen, B. S., Lund, A. M. & Gisle, J. (2018, 28. november). *Personvern*. Store Norske Leksikon. Hentet 10. februar 2022 fra <https://snl.no/personvern>
- Lee, I. (2017). Big data: Dimensions, evolution, impacts, and challenges. *Business Horizons*, 60(3), 293-303. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.01.004>
- Leidner, D. E. & Tona, O. (2021). The CARE Theory of Dignity Amid Personal Data Digitalization. *MIS Quarterly*, 45(1), 343-370. <https://misq.umn.edu/the-care-theory-of-dignity-amid-personal-data-digitalization.html>

- Lynne, A. (u.å.). *Dybdeintervjuer*. Respons Analyse. Hentet 14. mars 2022 fra <https://responsanalyse.no/metoder/kvalitative-metoder/dybdeintervjuer/>
- Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709-734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Mcnamee, A. (2005). *Ethical Issues arising from the Real Time Tracking and Monitoring of People Using GPS-based Location Services* [Bacheloroppgave, University of Wollongong, Australia]. <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=thesesinfo>
- Nouwens, M., Liccardi, I., Veale, M., Karger, D & Kagal, L. (2020, 25.-30. april). *Dark Patterns after the GDPR: Scraping Consent Pop-ups and Demonstrating their Influence* [Paperpresentasjon]. CHI 20: Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Honolulu, HI, USA. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376321>
- NTNU. (u.å.). *Hva er telematikk?* Hentet 19. februar 2022 fra <https://www.ntnu.no/iik/hva-er>
- Næringslivets Hovedorganisasjon. (2017). *Hva er personvernforordningen (GDPR)?* Hentet 7. februar 2022 fra <https://arbinn.nho.no/forretningsdrift/personvern/personopplysningsverktoy/personvernforordningen/>
- Olseng, E. T. & Sundbye, L. M. T. (2021, 25. oktober). *Observasjon, eksperiment og dybdeintervju*. Nasjonal digital læringsarena. Hentet 12. mars 2022 fra <https://ndla.no/subject:1:47678c7b-bc09-4fc8-b2d9-a2e3d709e105/topic:1:dbdbb73b-2acb-49ac-bbce-b13d2aa409fd/resource:35f48ad2-0e29-4201-83fe-1be598982c5b>
- Paul, K. (2019, 6. november). 'Tossed my Fitbit in the trash': users fear for privacy after Google buys company. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2019/nov/05/fitbit-google-acquisition-health-data>
- Pentland, A. (2009). Reality Mining of Mobile Communications: Toward a New Deal on Data. I S. Dutta & I. Mia (Red.), *The Global Information Technology Report 2008-2009: Mobility in a Networked World* (1. utg., 75-80). SRO-Kundig. <http://knowledge4all.com/admin/Temp/Files/42eb5bb6-607e-4325-896d-ce6d6c48f47e.pdf#page=94>
- PEW Research Center. (2014a). Above-and-Beyond Responses: Part 1. <https://www.pewresearch.org/internet/2014/12/18/above-and-beyond-responses-part-1-2/>
- PEW Research Center. (2014b). Public Perceptions of Privacy and Security in the Post-Snowden Era. <https://www.pewrbesearch.org/internet/2014/11/12/public-privacy-perceptions/>

- PEW Research Center. (2019). Key takeaways on Americans' views about privacy, surveillance and data-sharing. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/11/15/key-takeaways-on-americans-views-about-privacy-surveillance-and-data-sharing/>
- Richards, N. M. (2013). The dangers of surveillance. *Harvard Law Review*, 126(7), 1934-1965. https://harvardlawreview.org/wp-content/uploads/pdfs/vol126_richards.pdf
- Royakkers, L., Timmer, J., Kool, L. & van Est, R. (2018). Social and ethical issues of digitalization. *Ethics and Information Technology*, 20(2), 127-142. <https://doi.org/10.1007/s10676-018-9452-x>
- Sander, K. (2020, 25. oktober). *Induktiv og deduktiv studier*. E-studie. Hentet 10. mars 2022 fra <https://estudie.no/induktiv-deduktiv/>
- Sander, K. (2022, 3. mars). *Forskningsdesign*. E-studie. Hentet 11. mars 2022 fra <https://estudie.no/hva-er-forskningsdesign/>
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students* (6. utg.). Pearson Higher Education.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (7. utg.). Pearson Education Limited.
- Solove, D. J. (2013). Introduction: Privacy self-management and the consent dilemma. *Harvard Law Review*, 126(7), 1880–1903. https://harvardlawreview.org/wp-content/uploads/pdfs/vol126_solove.pdf
- Sparebank1. (2017, 23. mars). *Smart bilforsikring gir tryggere kjøring*. Mynewsdesk. Hentet 16. februar 2022 fra <https://www.mynewsdesk.com/no/sparebank-1/pressreleases/smart-bilforsikring-gir-tryggere-koering-1872395>
- Stables, J. (2016, 28. september). Free coffee and cheap Apple Watches: Vitality extends wearable tech discounts. *Wearable*. <https://www.wearable.com/apple/vitality-extends-its-wearable-tech-offering-3297>
- Sundbye, L. M. T. & Nisted, I. M. (2017, 11. oktober). *Primære og sekundære datakilder*. Nasjonal digital læringsarena. Hentet 11. mars 2022 fra <https://ndla.no/subject:1:433559e2-5bf4-4ba1-a592-24fa4057ec01/topic:2:183191/topic:2:105795/resource:1:93370>
- Szoldra, P. (2016, 16. september). This is everything Edward Snowden revealed in one year of unprecedented top-secret leaks. *Businessinsider*. <https://www.businessinsider.com/snowden-leaks-timeline-2016-9?r=US&IR=T>
- Tryg. (u.å.). *Sidekick bilforsikring 18-30*. Hentet 6. januar 2022 fra <https://www.tryg.no/forsikringer/sidekick.html>
- Tryg. (2022, 31. januar). *Trygs personvern-, og cookieerklæring*. Hentet 11. mars 2022 fra <https://www.tryg.no/sikkerhet-og-personvern/personvern.html>

- University of Maryland [iSchool UMD]. (2021, 29. januar). *UMD SoDa Center - MIS Quarterly Special Issue Showcase - Session 2 - January 29, 2021* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=8oyeFCE6ZB8>
- Varian, H. R. (2014). Beyond Big Data. *Business Economics*, 49(1), 27-31. <https://doi.org/10.1057/be.2014.1>
- Walker, J. (2021, 29. mars). *Whose data is it anyways*. Baylor University. Hentet 5. februar 2022 fra https://www.baylor.edu/business/news/news.php?action=story&story=222724&fbclid=IwAR0E_KDwDz0HAIGoXtnfSrLOlkEQ0zg1Bgck64BehEHx3RM3QODS1cqiK08
- White House. (2014, 1. mai). *Big Data: Seizing opportunities, preserving values*. Washington D.C., USA: Executive Office of the President, 5-9. Hentet 19. februar 2022 fra https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/docs/big_data_privacy_report_may_1_2014.pdf
- Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper - Om fokuserande gruppintervjuer som undersökningsmetod* (1. utg.). Studentlitteratur, Lund, Sverige.
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75-89. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1057/jit.2015.5>

9.0 VEDLEGG, TABELLER OG FIGURER

Vedlegg

Vedlegg 1 - Intervjuguide

Vedlegg 2 - Symbolforklaring prosesser for databehandling

Vedlegg 3 - Informasjonsskriv

Vedlegg 4 - Samtykkeskjema

Vedlegg 5 - NSD sin vurdering av prosjektoppgaven

Tabeller

Tabell 2.1 - Belønninger og utfordringer til verdighet

Tabell 4.2 - Informanter

Figurer

Figur 3.1 - Tredjeparten som en del av informasjonskjeden

Figur 3.2 - Tradisjonell databehandling før InsurTech

Figur 3.3 - Dagens databehandling etter InsurTech

Figur 4.1 - Abduktiv forskningstilnærming

Figur 5.1 - Struktur av funn

Figur 6.1 - Indifferenskurve

Vedlegg 1 - Intervjuguide

Introduksjonsspørsmål (5 min):

- Hvilke tanker har du om personvern i det digitale rom?
- Har du noen gang tenkt at din verdighet kan trues?

Fokusspørsmål (50 min)

Spørsmål knyttet til verdighet (CARE)

- I hvilken grad vil din atferdsmessige verdighet påvirkes av å ha atferdsbaserte forsikringsavtaler?
- I hvilken grad vil din meritokratiske verdighet påvirkes av å ha atferdsbaserte forsikringsavtaler?
- I hvilken grad vil din iboende verdighet påvirkes av å ha atferdsbaserte forsikringsavtaler?
- Hvilke fordeler og ulemper medfører det for deg å ha atferdsbaserte forsikringsavtaler?
- Hvilke fordeler og ulemper tilfaller forsikringsselskapet?
- Hvem kommer best ut, du eller forsikringsselskapet?
- Hvis forsikringsselskapet kommer best ut, vil du reagere for å håndtere ubalansen?
- Vil din verdighet rammes ulikt avhengig av hvilken forsikringsavtale du tegner (helse- og bilforsikring)?

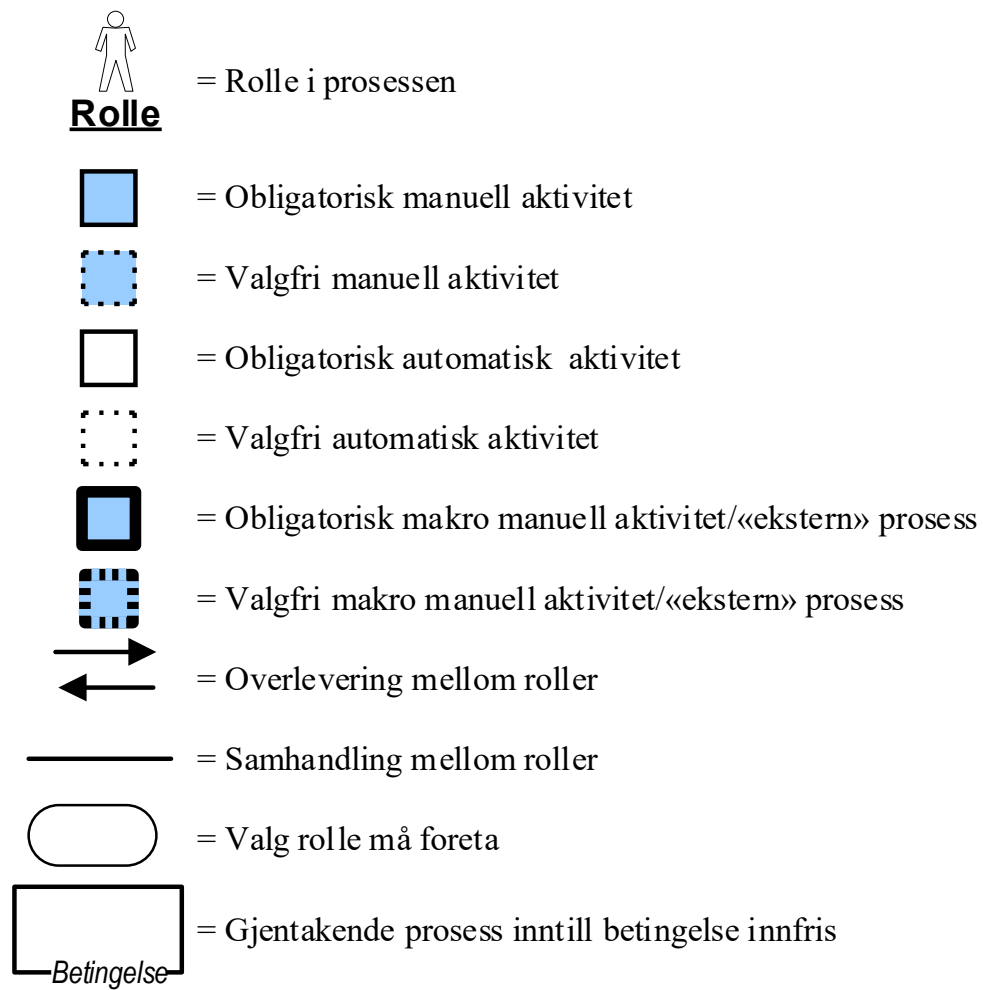
Spørsmål knyttet til Personvern (RALC)

- Hvor viktig er det for deg å kunne bestemme når informasjon skal deles? (helse- og bilforsikring)
- Hvor viktig er det for deg å kunne bestemme hvilken informasjon som skal deles? (helse- og bilforsikring)
- Hvor viktig er det for deg å kunne trekke tilbake hvilken informasjon som skal deles? (helse- og bilforsikring)
- Hvilke tanker gjør du deg om at innsamling av personopplysninger ofte skjer gjennom en tredjepart?
- Hvordan forventer du at forsikringsselskapene forvalter informasjonen de har om deg?
- Hvordan mener du at GDPR beskytter deg som individ mot andre aktørers innblanding, inntrenging og tilgang på dine personopplysninger?
- Er du bekymret for at din helseinformasjon kan havne på avveie?
- Er du bekymret for at dine kjøredata kan havne på avveie?

Oppsummeringsspørsmål (5 min)

- Tema som trenger mer oppklaring eller drøfting
- Gi en kort beskrivelse av hvilke faktorer som er avgjørende for deg for å inngå atferdsbaserte forsikringsavtaler med forsikringsselskapet ditt.

Vedlegg 2 - Symbolforklaring prosesser for databehandling



Vedlegg 3 - Informasjonsskriv

Kjære deltaker!

Som en del av vår mastergrad ved Norges Handelshøyskole (NHH) er vi to studenter som skriver masterutredning om «*Overvåkning og digitalisering av personopplysninger – en kvalitativ analyse av holdninger til personvern og verdighet i forbindelse med atferdsbaserte forsikringsavtaler i Norge*».

Basert på dette forskningsspørsmålet ønsker vi å intervjuere studenter og ferdigutdannede i alderen 22-25 år for å avdekke hvilke holdninger denne målgruppen har til personvern og verdighet. I hvilken grad er du villig til å gi avkall på sensitiv informasjon for å få et gode? I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Intervjuet vil være strukturert, ettersom vi på forhånd har utformet en intervjuguide vi vil ta utgangspunkt i, og spørsmålene i intervjuguiden vil være forankret i relevant teori vi benytter i masterutredningen.

Lengden på intervjuet er estimert til ca. 1 time.

Vi ønsker også å ta lydopptak fra intervjuet, og på denne måten sikre at all relevant informasjon blir fanget opp korrekt. Vi vil videre innhente informasjon om kjønn, alder og utdanning. For all videre bruk av informasjonen vi samler inn vil du som deltaker være anonym, og lydopptakene vil bli slettet ved prosjektoppgavens slutt.

I forkant av intervjuet ønsker vi du gjør deg kjent med følgende begreper/definisjoner:

Personvern: Dette er en samlebetegnelse på rettsregler med formål om å verne individet og unngå misbruk av personopplysninger og frihetsberøvelse.

GDPR: Et regelverk som sikrer at alle data som innhentes om privatpersoner bare kan brukes innenfor det området samtykket er innhentet for.

Personopplysninger: Omfatter alle opplysninger som kan knyttes til et individ.

Verdighet: Begrepet baserer seg på en tredelt definisjon hvor verdighet kan uttrykkes: (1) gjennom handlinger, (2) som status og (3) som en iboende verdi i alle mennesker.

Telematikk: Informasjonsteknologi i biler som kan måle og overvåke data som lokasjon, kjørelengde, kjørefrekvens, fart, akselerasjonsrate og bremsevaner.

Bærbar teknologi: Informasjonsteknologi i klær, smykker og klokker som kan måle og overvåke data som hjerterytme, pulsvariabilitet, blodtrykk, søvndata og blodsukker.

Atferdsbaserte forsikringsavtaler: Forsikringsavtaler hvor telematikk og bærbar teknologi benyttes av forsikringsselskapet for å estimere mer korrekt prising av din risiko.

Vi ser frem til å høre fra deg!

Med vennlig hilsen

Per Christian Sæter Hjellum og Sondre Vatnedalen

Vedlegg 4 - Samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet

”Digitalisering og overvåkning av personopplysninger – en analyse av holdninger til personvern og verdighet i forbindelse med atferdsbaserte forsikringsavtaler i Norge”?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å avdekke hvilke holdninger unge har til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på sensitive personopplysninger mot å få et gode. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Forskningsprosjektet skal utforske følgende forskningsspørsmål:

«Hvilke holdninger har norsk generasjon Z til personvern og verdighet i forbindelse med å gi avkall på personopplysninger for å få et gode?»

Med dette forskningsspørsmålet vil vi gjennomføre ulike dybdeintervjuer med unge voksne, og du er herved invitert til å delta. Basert på samfunnets økte fokus på digitalisering, finner vi det interessant å undersøke unge menneskers holdninger til personvern og verdighet i lys av å bli overvåket av et forsikringsselskap.

Dette er vår avsluttende masterutredning på Norges Handelshøyskole. Dersom dette er av interesse for deg, ber vi om at du sender en skriftlig tilbakemelding på din deltakelse til sondre.vatnedalen@student.nhh.no

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Norges Handelshøyskole (NHH) er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Utvalget består av 10 personer fra vår nærmeste krets. Vi mener at din alder, bakgrunn og kompetanse gjør deg til en aktuell og interessant intervju kandidat for å besvare nevnte forskningsspørsmål.

Hva innebærer det for deg å delta?

Dersom du ønsker å delta i masterutredningen innebærer dette et 60-minutters intervju, og dette vil foregå via en videosamtale. Det vil gjøres lydopptak av intervjuene for å forenkle transkriberingsprosessen, men disse vil bli slettet ved prosjektoppgavens slutt. Informasjon om alder og utdanning vil bli anonymisert, slik at du ikke vil kunne gjenkjennes i utgivelsen.

Spørsmålene i intervjuet vil være forankret i teori om personvern og verdighet, og vi er interessert i å avdekke dine holdninger til disse temaene.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Det er bare oss som er ansvarlige for prosjektoppgaven som vil ha tilgang til opplysningene du oppgir. Denne informasjonen vil lagres på vår personlige datamaskin, som er utstyr med passord for å hindre uautorisert adgang.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes 01.06.2022, og etter prosjektslutt vil datamaterialet med dine personopplysninger anonymiseres.

Vi vil understreke at din deltakelse i prosjektet er frivillig, og du kan når som helst trekke tilbake ditt samtykke. Ta også kontakt med oss dersom du har andre spørsmål til prosjektoppgaven.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Norges Handelshøyskole (NHH) har NSD, Norsk Senter for forskningsdata, vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- Innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- Å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- Å få slettet personopplysninger om deg
- Å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til masterutredningen, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Norges Handelshøyskole ved veileder Jon Iden, jon.iden@nhh.no, 916 252 36
- Sondre Vatnedalen, sondre.vatnedalen@student.nhh.no, 947 89 520
- Per Christian Sæter Hjellum, per.hjellum@student.nhh.no, 908 09 627
- NHHs personvernombud: personvernombud@nhh.no

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Jon Iden
(Veileder)

Per Christian Sæter Hjellum
(Student)

Sondre Vatnedalen
(Student)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjonen om prosjektet «*Digitalisering og overvåkning av personopplysninger – en analyse av holdninger til personvern og verdighet i forbindelse med atferdsbaserte forsikringsavtaler*», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- Å delta i intervju

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 5 - NSD sin vurdering av prosjektet

Prosjekttittel

Masterutredning: Analysere norsk generasjon Z sine holdninger til personvern og verdighet i forbindelse med atferdsbaserte forsikringsavtaler

Referansenummer

354638

Behandlingsansvarlig institusjon

Norges Handelshøyskole / Institutt for strategi og ledelse

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Jon Iden, jon.iden@nhh.no, tlf: 91625236

Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

Kontaktinformasjon, student

Sondre Vatnedalen, sondre.vatnedalen@student.nhh.no, tlf: 94789520

Prosjektperiode

20.03.2022 - 01.06.2022

Vurdering (1)

17.03.2022 - Vurdert

OM VURDERINGEN Personverntjenester har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket. Personverntjenester har nå vurdert den planlagte behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at behandlingen er lovlig, hvis den gjennomføres slik den er beskrevet i meldeskjemaet med dialog og vedlegg. TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til den datoen som er oppgitt i meldeskjemaet. LOVLIG GRUNNLAG Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a. PERSONVERNPRINSIPPER Personverntjenester vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om: · lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen · formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke behandles til nye, uforenlige formål · dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet · lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet DE REGISTRERTES RETTIGHETER Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), og dataportabilitet (art. 20).

Personverntjenester vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13. Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned. **FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER** Personverntjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32). Ved bruk av databehandler (spørreskjemaleverandør, skylagring eller videosamtale) må behandlingen oppfylle kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29. Bruk leverandører som din institusjon har avtale med. For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og/eller rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon. **MELD VESENTLIGE ENDRINGER** Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde: <https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema> Du må vente på svar fra oss før endringen gjennomføres. **OPPFØLGING AV PROSJEKTET** Personverntjenester vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet. Lykke til med prosjektet!