

[Skriv her]

Aalborg Universitet

Studienævn for Anvendt Filosofi

Kroghstræde 3

9220 Aalborg Øst

Markedet i Personlig Information: Når Varen er dig

Fortrolig

Ikke fortrolig

Prøvens form (sæt kryds)	Projekt	Synopsis	Artikel	Speciale X	Skriftlig opgave
-----------------------------	---------	----------	---------	---------------	------------------

Uddannelsens navn	Kandidat i Anvendt Filosofi	
Semester	10. semester	
Prøvens navn/modul (i studieordningen)	Kandidatspeciale	
Gruppenummer	Studienummer	Underskrift
Navn: Rasmus Visby Bunch	20176671	Rasmus Visby Bunch
Navn		
Navn		
Navn		
Navn		
Navn		
Afleveringsdato	02-12-2022	
Projektitel/Synopsis titel/Speciale-titel/ opgave nummer	Markedet i Personlig Information: Når Varen er dig	
I henhold til studieordningen må opgaven i alt maks. fylde antal tegn	192.000	
Den afleverede opgave fylder (antal tegn med mellemrum i den afleverede opgave) (indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag medregnes ikke)	120.497	
Vejleder (projekt/synopsis/speciale)	Jørn Sønderholm	

Indhold

Markedet i Personlig Information: Når Varen er Dig	2
Resumé.....	2
Intro.....	2
Afsnit 1: Markeder Generelt	3
Afsnit 2: Hvad er Personlige Informationer?	15
Afsnit 3: Indsamling af personlig information.....	18
Afsnit 4: Toxic data på et noxious market.....	24
Afsnit 5: Regulering af Handel med Personlige Informationer	33
Afsnit 6: Vurdering af Argumenter.....	41
Konklusion.....	42
Litteraturliste	44

Markedet i Personlig Information: Når Varen er Dig

Resumé

This paper will try to map the interaction between market ethics and personal information, and answer to a degree whether a market in personal information can be morally permissible. To do this the paper starts with an explanation of market roles and ethics by Debra Satz, where her theory of noxious markets is established as being markets that undermine the ability for democratic citizens to interact with each other on equal footing, depending on their degree of failure in one or more of four aspects. An examination of what personal data encompasses follows with definitions by Søe et al. in relative aboutness, a complication of the term in datafication, an alternative presented by Pangrazio and Selwyn in personal data types, and lastly a suggestion of personal information as trade secrets by Bottis and Bouchagiar. Further exploration of the subject of personal information, and how trading with it might constitute a noxious market, will start with Véliz, and an examination of her theory on the violations of privacy born from what she calls 'the data economy'. This includes examples of how not only private companies, but also governments collect your information every single day, through most of your digital devices, even if you have purposefully disabled gathering with the options available to you. The basis of noxious markets will then be applied to what Véliz has called toxic data, to establish the personal data market as noxious. Establishing this starts in an explanation of toxic data, as it has the potential to ruin the life of not just individuals but can also have far reaching societal repercussions. Pham and Castro have done some of the work already in applying Satz theories to their version of the personal information market. A joining of theories in Satz four criteria for noxious markets and Véliz individual and societal harms is used to argue that the personal information market is indeed noxious. After establishing this there will be a discussion of potential market regulations, and a consideration on whether the market should be forbidden entirely. Lastly an evaluation on certain arguments presented throughout the paper, which deserved closer personal attention.

Intro

I dagens teknologiske samfund har en bestemt forretningsmodeller skaffet visse virksomheder store mængder velstand. Et marked som bygger på indsamling, analysering, og handel med individers personlige informationer har, indtil for nylig, udviklet sig forholdsvist ureguleret. Det marked har formået at udvikle sig til en størrelse, hvor borgere i store dele af verden næsten ikke kan undgå at være del af det. Men det er ikke ensbetydende med at de får specielt meget gavn af et sådant marked. Umiddelbart er det tech-giganterne som står til fortjeneste på individers personlige informationer. Vejen mod

det marked, og accepten af forretningsmetoderne som indgår i det, vidner om hemmeligholdelse af detaljer, brud på borgeres privatliv, og samarbejde mellem private virksomheder og stater for at have adgang til så meget viden som muligt. Dog er der i den seneste tid blevet gjort modstand. Efter en række whistleblowers som f.eks. Edward Snowden, med sit meget offentlige CIA leak, har borgere opdaget at deres liv bliver overvåget på langt mere invasive måder end de havde antaget. Den overvågning er underbygget af et marked i deres oplysninger. Denne opgave vil undersøge nogle af de markedsteorier man kunne påføre et marked i personlig information. Nogle af grundene til at det er et bekymrende marked, hvordan indsamling og analyse af den information kan påvirke ikke blot borgere, men også de samfund de er del af. Nogle løsningsforslag på problemstillinger i forhold til et datamarked. Og lave en overvejelse hvorvidt et marked i personlige informationer overhovedet kan være moralsk tilladeligt.

Problemformulering: Kan et marked i personlige informationer være moralsk tilladeligt?

Afsnit 1: Markeder Generelt

Undersøgelsen af hvordan handel med personlige data kan påvirke vores liv starter i en gennemgang af markeders generelle rolle i samfundet. Det meste af den gennemgang og synet på markeder igennem opgaven er baseret på Satz 2010 Why Some Things Should not be for Sale. Markeder er i den forståelse institutioner hvor nok frivillige transaktioner mellem individer finder sted til at de kan påvirke hinanden. Efterspørgsel og udbud kan vurderes efter andre transaktioner der foregår på markedet. Samtidig er de mere end en samling af handler, de er sociale institutioner som skal vedligeholdes. Et permanent marked er afhængigt af de sociale kontrakter og magtinstanser som omgiver det. Før de handlende kan stole på markedet bliver der nødt til at eksistere en magtinstans som opretholder de kontrakter som bliver indgået på det marked. I de fleste tilfælde er det en stat som samtidig understøttes af markeder som dets borgere interagerer med.

Markeder er ifølge Satz (2010) forbundet med to dyder, effektivitet og frihed. Disse dyder kan teoretiseres på flere måder. Effektivitet er i hvor stor grad markedet kan distribuere goder, og hvordan mindre ønskede goder bliver sorteret fra. En god effektivitet betyder at der ikke bliver produceret goder som der ikke er brug for, da disse ikke vil blive solgt, og ressourcerne bliver brugt andetsteds hvor der er mere efterspørgsel efter produktet, dermed skabes der ligevægt i markedet. Under fundamental theorem of welfare beskrives den største markedsligevægt som værende Pareto optimal. I denne tilstand kan et individ kun forbedre sin position i samfundet hvis det ikke reducerer andres. Formålet er at skabe et samfund hvor individer kun indgår gensidigt fordelagtige transaktioner indtil de ikke kan foretage

flere uden at påvirke en anden position negativt (s. 18). Fejlen i et sådant system er udgangspunkterne, det er muligt at have et perfekt Pareto optimalt samfund hvor en stor del af befolkningen lever i armod, og en lille del lever i overflod, men positionerne ikke kan ændre sig uden at påvirke de rige negativt. En løsning på det problem kunne være at omdistribuere goderne før transaktionerne ligeligt, så udgangspunkterne ikke er så ulige. Problemet bliver så at udføre den omdistribuering. Samtidigt vil det være en større udfordring at lave politiske indgreb i et sådant system uden at påvirke nogle borgere negativt. Den tilgang til et godt effektivt marked kan i teorien være god, bare ikke når den er den eneste styremåde.

Pareto optimale samfund er som teori retfærdige i det de sørger for den bedst mulige distribution af de goder som måtte være tilgængelige, uden at stille nogen individer dårligere end de var før de interagerede med markedet. Men det foreslåede kriterie for hvad der ses som værende den bedst mulige fordeling virker fejlslået, når der i det optimale samfund ikke er mulighed for individer i armod at forbedre deres stilling i samfundet. Den fastlåshed minder om feudale tilstande, hvor fæstebønder ikke har mulighed for at forbedre deres egne vilkår, da det er den lokale lensherre som ejer landet de opdyrker. En fordeling af goderne før de rammer markedet kunne være en del af løsningen på en sådan fastlåshed. Hvor individer kunne handle sig til de goder de subjektivt så som værende mest værdifulde for dem. Men for at det skulle være en løsning på teoriens problem kræver det at samfundet ikke har nogen form for ejerskab af goder før markedet opstår. Og dermed kan fordele ligeligt før nogen transaktioner finder sted. Hvis ikke det er tilfældet vil en omfordeling altid stille visse individer dårligere end da de startede.

En potentiel løsning på det problem kan findes i Kaldor-Hicks effektivitet. Her er det muligt at påvirke nogle borgere negativt, så længe det totale udfald er bedre for samfundet generelt, og de negativt påvirkede kan modtage compensation for det mistede i position. Det er essentielt en cost-benefit-analyse som tillader at nogle bliver værre stillet end de var i udgangspunktet. Princippet omkring effektivitet er et forsøg på at skille økonomisk udvikling fra etiske overvejelser om distribueringsretfærdighed. Separeringen er dog ikke lykkedes da vurderingen af Pareto optimal stadig beror på en normativ antagelse hvor økonomisk forbedring måles i opfyldelsen af individuelle præferencer. Problemet i den antagelse er en manglende overvejelse af hvorvidt alle præferencer skal vægtes lige i et sådant system. I Pareto optimale teorier vægtes præferencer ikke for deres moralske relevans, og hvorvidt nogle præferencer kunne være mere vigtige end andre. Grundet de problemer går de fleste politiske – og moralfilosoffer videre end en ren Pareto optimal eller Kaldor-Hicks effektivitetsteori. Formålet med

effektivitetsteoriene bliver for dem i stedet at give indsigt i individualistisk gensidig fordel af transaktioner i et marked. Effektivitet uden tredjeparts indblanding i markedet fremmer folks adgang til de goder de vil have, mindsker spild, bruger menneskelige, og ikke menneskelige ressourcer effektivt. I praksis er det dog ikke tilfældet at der ikke finder tredjeparts indblanding sted. Frihed i markeder binder i sammenhængen mellem dem og muligheden for individuelle valg. Et marked præsenterer individet med en række positiver ved deltagelse i institutionen. Heriblandt muligheden for at vælge mellem alternativer, decentralisering af information som både giver individet mulighed for selv at tage beslutninger og formindsker muligheden for autoritær misbrug. Deltagelse i markedet er i den sammenhæng med til at udvikle individet, og bliver et redskab til at fremme frihed, som støtter vores evne til at vælge (Satz, 2010, s.19 - 22).

Markedets sammenhæng med effektivitet og frihed beror på en række vilkår som fremmer de værdier. ”... *a positive relationship between particular markets and the values of freedom and efficiency is contingent: it depends, at least in large part, on the platform in which markets are erected.*” (Satz, 2010, s. 26). Markedets effektivitet afhænger af en etableret magtinstans som kan understøtte og beskytte individers ejendomsret, samt de kontrakter de indgår. Det betyder at markedet for at kunne operere effektivt må have en instans bag sig som faciliterer ikke blot magtanvendelse i svindelsager, men også sørger for skatter til vedligeholdelse af infrastruktur, uddannelse osv. Magtinstansen sørger her også for at opretholde ejendomsretten, som sikrer visse individuelle friheder, og begrænser andre. Ejerskab over en gode betyder meget lidt hvis der ikke er en måde at begrænse andre fra at tage den uden konsekvenser. Markedet bliver afhængigt af en magtinstans som kan opretholde de ejendomsregler, statslige reguleringer, og sociale konventioner som markedet eksisterer i, og har været med til at skabe (Satz, 2010, s. 26 - 27).

For at et marked effektivt kan udføre transaktioner må den baggrund være på plads. Statslige instanser er i de fleste tilfælde de eneste som med nogen form for sikkerhed kan håndhæve aftaler mellem individer. Magtinstanser beskytter de interagerende parter mod hinanden til en vis grad. Samfundet bliver, grundet sin evne til at have magtinstanser som går ud over individerne, til håndhæve af kontrakter indgået indenfor de reguleringer som markedet og staten har bestemt gældende. Det betyder samtidig at reguleringer som ikke bliver understøttet af en sådan magtinstans ikke kan håndhæves med samme sikkerhed. I nogle tilfælde kunne det dog være tilfældet at magtinstanser udenfor staten vil håndhæve deres egne markedsreguleringer. Dette er tilfældet på sorte markeder, hvor kriminelle handler i goder udenfor statens regler, og dermed ikke kan benytte sig af dens sikring af ejendomsret, eller

sociale konventioner. Et sådant marked kan være understøttet på samme vis af en ikke statslig instans, som f.eks. mafiafamilier, eller bander. Dog er det i naturen af et sort marked at det sjældent er til gode for det samfund det interagerer med. Da det oftest er bygget på et brud på sociale konventioner, og altid bryder samfundets love.

Information om produktet som handles med, er også et af de understøttende principper. Hvis ikke tilstrækkelig information er tilgængelig, kan køberen træffe valg som ikke er i deres bedste interesse. Asymmetri i information påvirker effektiviteten i markedet negativt, hvor goder kan blive købt på forkert eller manglende grundlag. Praktiske problemer i at fremskaffe den information som er nødvendig, kan have indflydelse. Det kan være dyrt at lave de kvalitetstjek som skal til for at vurdere et produkt, og både køber og sælger har interesse i at tilbageholde viden for en bedre handel. Her kan statslige tiltag sikre kvalitetskontrol, og dermed en vis sikkerhed for de produkter som er på markedet. Men selv når informationerne er tilgængelige kan personer fejlvurdere risikoen for dem selv. *"... people are notoriously bad at processing it; they regularly distort the probabilities of risks associated with different products, and they are easily overloaded by too much information."* (Satz, 2010, s. 28). Forbrugeren har en forudindtaget forestilling om at en værste falds scenarie ikke vil kunne ske for dem. Hvilket fordrejer vurderingen af deltagelse i det marked som kunne have meget negative konsekvenser. En fejlvurdering kan også laves på baggrund af for meget information. Hvis det ikke er muligt at se mønstrene eller opdage potentielle anormaliteter kan det være uoverskueligt at gå igennem større mængder information for at finde det relevante for en risikovurdering.

Asymmetrisk information i forhold til de goder der bliver handlet med, er en af de mest centrale pointer for mange af de problemer som bliver bragt op gennem opgaven. Manglende eller forkert information kan lede til en falsk sikkerhedsfølelse, som vil påvirke vurderingen fra købers side. Her kommer statsinstanserne i spil på markedet. Det er ikke kun i forhold til at håndhæve ejendomsret, at sikre at den information som er tilgængelig, er korrekt, men også at der er tilstrækkeligt af den til at de handlende har mulighed for at tage en informeret beslutning.

Troværdighed spiller en central rolle i markeders drift. Hvis køber ikke stoler på sælger, og omvendt, påvirker det de transaktioner parterne vil indgå i. Det er derfor i parternes bedste interesse at undgå at lyve, stjæle, eller på anden måde bedrage hinanden, hvis de fortsat vil interagere med markedet. Større anonymitet på markeder i dag har påvirket troværdigheden, der er forskel på at gå ned til den lokale slagter, som er en del af det lokale samfund, og få en kasse med kød leveret til døren fra et centrallager bestilt via en hjemmeside. Homogeniseringen og distancen i markedet har formindsket

troværdigheden, og vurderinger af transaktioner beror mere på statslig kvalitetskontrol end før. Staten spiller samtidig en rolle i at forhindre monopoler som underminerer valg i transaktioner, skaber asymmetri i information, og fuldstændigt kan ignorere effektivitetsdyden. Selv hvis den understøttende platform til markedet er god, betyder det ikke at markedet er perfekt. Her spiller statslig regulering en rolle, hvor det kan bringe et ellers godt understøttet marked tættere på hvad der bliver vurderet som godt (Satz, 2010, s. 29 - 30).

I takt med at markeder er blevet mere globale er det blevet mere nødvendigt at have overordnede instanser som kan håndhæve de regler som samfundene er blevet enige om. F.eks. skulle kul- og stålunionen var ikke blot for at gøre handel simplere, men også holde øje med om enkelte nationer begyndte at opkøbe mistænkeligt store mængder ressourcer. Troværdigheden er blevet en mindre interpersonel problemstilling, hvor konsekvensen af uærlig opførsel på markedet kan have direkte personlige konsekvenser i lokalområdet. Kontakten mellem køber og sælger er blevet erstattet af hjemmesider som faciliterer valgmuligheder. International handel har videre flyttet troværdighed fra den sælger du kender personligt, til en tro på at de systemer som er på plads for at beskytte dig som handlende virker som de skal.

Selv når markedet er godt understøttet kan det stadig fejle i at opretholde effektivitet. Ifølge Satz (2010) er der være flere grunde til at et marked kan fejle, en af disse består i omkostninger for tredjepart som ikke har været direkte involveret i transaktionen. Når disse omkostninger påvirker tredjepart negativt, har markedet fejlet grundet eksternaliteter. Hvordan disse eksternaliteter bliver bestemt skadende er overgivet mere til moralsk teori end økonomisk. Derfor skal den moralske teori også overvejes når der tales om ineffektivitet. Løsningen på den omkostning for tredjeparten, ved økonomisk teori, kan bestå af en udvidelse af markedet, så det omfatter en prissætning på de skadelige eksternaliteter. Det syn har en underliggende normativ præmis, hvor omkostningerne ved markeders ineffektivitet vil være mindre end hvis en stat skulle regulere dem. Og bygger på en snæver definering af hvad eksternaliteter kan være. Problemet med den løsning er at den bygger på subjektive præferencer, og i den sammenhæng skal man så også vægte mindre utilfredsheder fra tredjepart i de transaktioner man foretager sig. Den etiske overvejelse i effektivitet skulle dermed vægte hvorvidt f.eks. jalousi er nok til at medføre en ekstern omkostning. Da dette koncept ikke er realistisk slutter Satz at der må ligge en konceptualisering af hvilke subjektive skader tæller som omkostninger til grund for effektivitets teorier. Hvilket betyder at der findes en moralsk dimension i effektivitetsovervejelser ved markeder. Videre eksempler er markeder i stemmer, hvor selv hvis de er effektive pr. økonomisk teori, udnytter en

ubalance mellem handlende parter, oftest i form af svag handlekraft blandt den part af transaktionen som er mere sårbar (S.31 - 35).

Subjektive værdivurderinger er del af enhver markedstransaktion. Hvor meget køber vil betale for en gode, er trods alt op til køber, vedkommende kan undlade at interagere med markedet hvis de tilgængelige priser ikke passer til deres vurdering. Det er dog kun tilfældet for direkte interagerende parter. Eksternaliteter præsenterer et problem i at det ikke kun er de direkte interagerende parter som har en omkostning. I det en, eller flere, tredjeparter skal medovervejes bliver transaktionen kompliceret. Hvad der tæller som en omkostning for tredjepart er igen en vurdering som skal foretages. Kriterierne for den overvejelse kommer an på hvordan det omkringliggende samfund bestemmer dem. Samtidig handler det også om hvor mange tredjeparter der skal overvejes. Hvis alle mulige omkostninger, for alle mulige personer skal med i transaktionen bliver handel næsten en umulighed. Det må derfor være op til samfundene at lave en vurdering om hvor mange led, og i hvilke tilfælde eksternaliteter er relevante for transaktioner.

Et syn på markeder som påvirkninger af ikke blot samfundet de er afhængige af, men også de individer som interagerer med det viser sig allerede i de klassiske politiske økonomiske teorier." *Their assessment of different markets explicitly called attention to the structure of power and to the effects of markets on human motivation, human capacities, and social relationships.*" (Satz, 2010, s. 35). Hvor der er lagt vægt på at markeder er en del af det samfund det interagerer med. Og at markedet ikke kunne være den eneste regulerende instans i det samfund, ellers ville det underminere og ødelægge det. Markedet behøver altså begrænsninger baseret på ligheden og friheden af de deltagende parter for fortsat at eksistere. Samtidig erkendte de klassiske teorier at markeder former de samfund og individer som interagerer med dem. Hvilken form for arbejde der bliver udført i forbindelse med markedet, kan have indflydelse på hvordan individer er udstyret til at tage stilling til deres samfunds politiske beslutninger. Dermed er markedet med til at forme de sociale strukturer som det eksisterer som en del af. "*But the basic point to consider for present purposes is that if work and the preparation for work significantly influence who we are, then labor markets cannot be judged by their efficiency alone.*" (Satz, 2010, s. 46).

Pointen at markeder påvirker de individer som interagerer med det er lavet i forbindelse med arbejdsmarkeder. Men en generel sammenligning kunne laves, hvor kapaciteterne for de deltagende parter former markedet, og den påvirkning markedet har på samfundet underbygger hinanden. Hvilke markeder der er tilladt i samfundet, påvirker kapaciteterne af borgerne. Ikke blot hvilket arbejde de

udfører, men også udviklingen af f.eks. kritiske tankegange, og evnen til at finde relevant information i forhold til problemstillinger de måtte møde i hverdagen.

For et mere nutidigt syn på markedets plads i samfundet henviser Satz (2010) til to teorier som hun kalder generel egalitarisme og specifik egalitarisme. Generel egalitarisme anerkender at et marked kan generere en uacceptabel ulighed, selv hvis de er baseret i frivillige transaktioner. Uligheden på det gældende marked kan reflektere betingelserne for de deltagende parter i det samfund de er del af. Såsom ulige adgang til information, monopoler, eller lignende. Men også en vægtning af goder i samfundet, såsom lønforskelle i forskellige erhverv som helhed, sygeplejersker kontra investorer. I denne teori er den foreslåede løsning at fordele tilgængelige ressourcer ved beskatning, og omdeling af monetære fordele ved transaktionerne, som kompensation for uligheden. En lige allokering af købekraften skulle så lade markedet udligne potentielle uligheder som det kunne føre med sig. Nogle liberale filosoffer går i denne retning grundet en manglende tro på at stater kan regulere transaktioner bedre end de direkte deltagende parter. Her undgås det også at paternalistiske tendenser overtager deltageres evne til at vælge frit på markedet. Det betyder dog ikke ifølge Satz at egalitarisme ikke skal kunne begrænse markedet. Men fordi markedet i forvejen er bygget på baggrundsregler, skal det overvejes hvad de regler indebærer. Og hvorvidt nogle af de regler som samfundet beslutter at markedet skal handle under, skal have paternalistiske grunde. Endvidere er ikke alle goder som kan oversættes direkte til monetære erstatninger (s.76 - 77).

Generel egalitarisme virker ikke til at være den mest praktiske tilgang til omfordeling, umiddelbart virker det ikke realistisk at kunne fordele alle tilgængelige ressourcer ligeligt, allerede før markedstransaktioner finder sted. I teorien fungerer princippet godt nok. Borgerne har det samme standpunkt, det kunne sammenlignes til dels med borgerløn, hvor samtlige individer modtager et basisbeløb (købekraft) om måneden, og så selv bestemmer hvad de vil gøre med det. Hvem end der vil have mere uld kan handle sig til mere uld. Hvem end der vil have mere guld kan gøre det samme. At der ikke er en statslig instans som regulerer markedet efter den oprindelige fordeling kan give god nok mening. Men hvordan statslig indblanding helt skal undgås har jeg svært ved at identificere.

Specifik egalitarisme er rettet mod specifikke goder, som i denne tankegang skal fordeles ligeligt, såsom lægehjælp. Mens andre goder kan fordeles efter købekraft, såsom biler og luksusure. Forskellen på hvad der skal fordeles ligeligt, og hvad der skal overlades til købekraften, ligger i hvad et marked i den gældende gode kunne gøre ved meningen af den gode. Eksempler på dette kunne være donation af blod, eller organer såsom nyrer, eller levertransplantationer. Hvor betydningen af overførslen bliver

ændret i det et marked bestemmer hvem der skal have adgang grundet kapital, eller mangel på samme. Specifik egalitarisme beskæftiger sig altså med hvordan specifikke goder skal fordeles, i stedet for den underliggende købekraft. De goder bliver bestemt ved en værdivurdering, hvor de potentielle svagheder også findes. I det værdivurderingen skal laves bliver den påvirket af de samfundsværdier som er gældende i området markedet skal agere i. Samtidig er det ikke sikkert at goden bliver fordelt i overensstemmelse med den værdi den bliver vurderet til at have (Satz, 2010, s. 79 – 82).

Forskellen i tankegang virker til at være bundet i hvordan ulighed ses, og bør håndteres. Hvor generel egalitarisme fokuserer på lighed ved en beskatning og redistribuering af købekraften for borgerne. Løsningen på ulighed i markedet er dermed en redistribuering af både købekraften før transaktioner, og beskatning af monetære gevinster i markedet. Den fordeling vil gøre individer i stand til at lave transaktioner for at opnå flere af de goder de vil opnå, mens ligheden ikke ændres. Vurderingen af et godes værdi finder sted for individet, og kan derfor laves udenfor statslig indblanding. Hvilket er attraktivt for teorier som gerne vil undgå paternalisme, og hellere vil lade markedet generelt udligne uligheder, end lade stater regulere dem. Hvordan en omdeling af ressourcer skal foregå uden en magtinstans indblanding er svært at forestille sig, men hvis det er en mulighed, kunne dette være en løsning på ulighed i hvert fald af markeders udkom. Specifik egalitarisme tager en anden vej til at udligne uligheder. Hvor regulering finder sted på specifikke goder i stedet for en generel fordeling af ressourcer og monetære gevinster. Det lægges ikke samme vægt på generel ulighed, hvor markeder generelt bliver overladt til individers respektive købekraft, uden indblanding. Men at visse goder bør fordeles ligeligt uden at individer skal prioritere deres ressourcer for at opnå dem. Lægehjælp er et relevant eksempel, hvor den specifikke egalitarisme kunne lede til et dansk system hvor borgere ikke har egenbetaling på den gode som i generel egalitarisme skulle være en prioritering for det enkelte individ.

Nogle markeders uligheder kan være specielt problematiske for et flertal ifølge Satz (2010). Hun anvender Titanic skibets tilgængelighed af redningsbåde som eksempel. Hvor, alt efter teorien, passagererne kunne have tilkøbt sig sikring af en redningsbåd, eller fået en billigere billet, men ikke haft samme sikkerhed. Det kunne have været bestemt at der ikke måtte være flere passagerer ombord end der var redningsbåde til, men der er en overvejelse i hvorvidt individer som er villige til at løbe risikoen skal have adgang til den mulighed. Det samme argument kan bruges i forhold til fx ekstrem sport. Hvor vi tillader folk at udsætte sig selv for stor fare grundet deres personlige autonomi. I forhold til Titanic eksemplet kunne problemet være i manglende eller misledende information. I det skibet skulle være bygget til ikke at kunne synke, og var reklameret som værende sådan. Problemerne med

tilgængeligheden af redningsbåde kan føres videre endnu, hvis billetterne ikke har samme pris, kan omstændigheder for den enkelte passager gøre at det ikke er muligt at fravælge en billet uden adgang til en redningsbåd. Hvis arbejde, sundhedsforsikring, eller anden nødvendighed tvinger passageren til at tage den risiko, er det ikke længere et spørgsmål om personligt valg, men om hvordan omstændighederne for et marked i rejser uden redningsbåde kan påvirke individer som ikke har andre muligheder. Satz vil i stedet for at overlade den bestemmelse til paternalisme, henvise til at staten ved at tillade disse rejser ikke beskytter sine borgeres evne til at interagere som ligeværdige. I det forskellen på dem som har købt adgang til redningsbåde skulle holde dem som ikke har aktivt ude af dem i tilfældet af en ulykke (s. 84 – 88).

Forskellen på ekstrem sport og rejser uden redningsbåde i denne kontekst må ligge i at ekstrem sport meget sjældent kan være en nødvendighed at udføre grundet eksternt pres. Ekstrem sport er for de fleste en fritidsaktivitet, med fare som formål. Hvor at krydse Atlanten uden adgang til en redningsbåd har større sandsynlighed for at være en beslutning taget grundet desperation. Når den desperation så ender i at mere velstående borgere får råderetten til at bestemme hvorvidt du kommer ombord på redningsbåden hvis skibet går ned, underminerer det forholdet mellem dem som ligeværdige.

Satz (2010) hovedpointe med sin teori er hvordan markeder kan være skadelige på flere måder, selv om de måske er godt understøttet. Hendes teori kalder disse for 'Noxious markets', og er defineret ved at opfylde mindst et af fire parametre, hvor de første to omhandler konsekvenserne af det pågældende marked, og de sidste to omhandler baggrunden for transaktionerne.

1. Nogle markeder producerer ekstremt skadelige resultater enten for de direkte deltagende, eller for tredjeparter. Hvorvidt markedet er noxious er et spørgsmål om hvor skadelige de resultater er. Om der er tale om svingninger i priser som kan forventes, eller konsekvenser som påvirker folks interesser så negativt at det vil være et problem. Interesserne er her delt ind i to kategorier: Velfærds interesser i personens generelle velfærd, og handlingsevne interesser i individers evne til at deltage i bestemmelsesprocessen for hvordan den velfærd påvirkes. Problemet opstår når de interesser falder under det minimumsniveau som fastsættes som følge af et marked, der dermed bliver noxious.

2. Ud over den individuelle påvirkning kan visse markeder også have ekstremt negative konsekvenser for samfundet. Noxious markeder underminerer vores evne til at interagere med hinanden som ligeværdige ved at forringe adgang til udvikling af personers kapacitet til at indgå i samfundet som informeret medlem. Et eksempel kunne være børnearbejde, som forhindrer skolegang, og dermed underminerer børnenes interesser men fremmer voksnes. Eller markeder som kan forme adfærd, fx

privatskoler, medier, børnepasning, og informationskampagner som Cambridge Analytica i forhold til Brexit.

3. Asymmetrisk eller meget svag viden og svag handlekraft leder til et noxious marked. De fleste transaktioner har en eller anden form for ulighed, en af parterne ved oftest mere om produktet og konsekvenserne af transaktionen end den anden. Problemet viser sig når den ulighed bliver så stor at det påvirker Pareto effektiviteten. Dette kan specielt være tilfældet når der er længere ventetid mellem indledningen og afslutningen af transaktionen, eller når en af parterne mangler kritisk information.

4. Udnyttelse af en af parternes underliggende svagheder. Forskellene mellem de tilgængelige ressourcer for deltagerne i markedet kan lede til et noxious marked hvis det bliver udnyttet. F.eks. ved tørker, hvor priserne på mad bliver drevet i vejret, eller i tilfælde hvor en person finder sig i en så dårlig situation hvor denne bliver nødt til at sælge sine ejendele for langt mindre end de er værd (s. 94-99).

Noxious markeder opfylder mindst et af kriterierne til en sådan grad at det er et problem. Hovedproblemet med de markeder er for Satz (2010) at de tillader at personers ligeværd kan undermineres. Interaktionen mellem de deltagende parter, og dem som ellers måtte påvirkes af markedet, må foregå på en sådan måde at det ikke underminerer deres evne til at indgå i den med lige præmisser. Ligeværd betyder her at alle parter ser hinanden som havende krav som de skal kunne efterfølge uden tilladelse fra modparten, som f.eks. en plads i redningsbåden (s. 99).

Basis for at specielt noxious markets skal reguleres ligger i at de underminerer de deltagende parter evne til at interagere med hinanden på lige fod. Satz uddyber videre hvad det vil sige for hende at kunne interagere på lige fod. Startende med hvordan retten til at stemme skal understøttes af muligheden for at modtage de goder som samfundet tilbyder, og evnen til at forstå hvad man stemmer på. Markedet kan understøtte lige borgerskab, men hvorvidt det gør det afhænger af hvordan de understøttende vilkår for borgerne er. I den sammenhæng der det dog ikke individuelle handlinger der lægges vægt på, men generel praksis i samfundet. Hvor enkelte individer måske kunne underminere deres egne friheder i visse transaktioner, uden at det ville påvirke samfundet generelt, men at begrænse muligheden for den frem for marked er nødvendigt for generelt at beskytte de svagere stillede.

” A person who lacks a certain level of education or access to medical care or physical security is not only ill-equipped to navigate her own life and values, but also faces substantial impediments to participation in the economy and to participating in public debates about social choices.

Such a person is vulnerable to exploitation and manipulation by others and dependent on luck or the will of benefactors to meet her basic needs.” (Satz, 2010, s. 102).

Adgang til uddannelse, og dermed muligheden for at forstå i hvilken retning politiske beslutninger påvirker samfundet, er grundlæggende for ligheden mellem borgere. Et eksempel på et marked som bør forhindres totalt i forhold til lighedskriteriet, er i demokratiske stemmer. Hvis et marked i stemmer var en realitet, ville det disproportionalt negativt påvirke svagere stillede borgere. Det ville være mere sandsynligt for en svagere stillet borger at få nok monetære goder ud af en sådan handel til at indgå den, på trods af potentiel skade i fremtiden. Et andet syn ser på stemmer som værende en fælles indsats i at føre samfundet mod et fælles gode, og bør derfor ikke sælges. I begge disse syn er det nødvendigt for borgerne at have adgang til at udvikle de kapaciteter som skal til for at interagere med et demokratisk samfund. Endnu en bekymring i samme område er hvorvidt et marked påvirker borgerne i bestemte negative retninger. Et marked i objekter har ikke den samme bekymring, men mennesker kan manipuleres på måder som objekter ikke kan. Det er meget sjældent nødvendigt at tænke over de ikke økonomiske konsekvenser for objekterne selv, men det er et andet tilfælde med mennesker (Satz, 2010, S. 102 – 103).

Satz (2010) forslag til hvilke metoder der skal anvendes til at regulere eller blokere noxious markets kommer an på af hvilken grund det er noxious. Information kan gøres mere tilgængeligt hvis problemet er svag handlekraft, en redistribuering af indkomst kan hjælpe ved for stor påvirkning fra underliggende svagheder udenfor markedet. I nogle tilfælde kan det være nødvendigt at lukke adgangen til et specifikt marked helt for at bevare borgeres evne til at interagere på lige fod. Grundstenen ligger i at understøtte evnen til at kunne vurdere hvorvidt et marked er værd at interagere med. I dette tilfælde kunne det være ved adgang til uddannelse, og udvikling af individets agentur (s. 104). Borgeren har altså krav på adgang til de faciliteter som kan udstyre dem med evnerne som det kræver at interagere med hinanden demokratisk. Uden den adgang, er vedkommende blevet undermineret i sine kapaciteter.

Begrænsningerne ved Satz teori består i følge hende selv i at selv hvis et marked er noxious, kan det ikke altid konkluderes at det skal forbydes. I tilfælde hvor et forbud mod et specifikt marked leder til en forværring af de problemer det egentlig har ført med sig, eller er bygget på, er det ikke nødvendigvis den bedste løsning at forbyde det. *”Even in cases where there do not seem to be good reasons in favor of allowing a particular market, it maybe impractical to ban it.”* (Satz, 2010, s. 111). I visse tilfælde kan det være en bedre løsning at ændre på omstændighederne for det noxious marked som

eksisterer, end at forbyde det. Ved for eksempel at øge den tilgængelige information om det pågældende marked, eller statsligt at indføre et sikkerhedsnet for at undgå situationer hvor borgere ikke har andre praktiske muligheder end at indgå i en skadelig transaktion. Samtidig kan kriterierne for et noxious market være et spørgsmål om grader. I nogle tilfælde vil det være en vurdering om et marked har nået grænsen for hvorvidt det er noxious. Nogle markeder kan skabe stor ulighed uden nødvendigvis at være noxious nok til at man bør gøre noget ved dem. F.eks. skaber markeder generelt uligheder i de tilgængelige ressourcer for folk. Det betyder ikke at alle markeder skal forbydes, men at det er en vurderingssag hvorvidt de skal reguleres. Satz vurderingskriterie lægger vægt på samfundets intuitive reaktion, men fokuseret på bredere værdier såsom forebyggelse mod ekstrem skade både for individer og samfund.

” In thinking about the scope of markets we need to pay attention not only to the distributive outcomes of different markets but also to the relationships between people that these markets enable and support. Ultimately, these questions about the limits of markets are not merely questions of costs and benefits but of how we define our society, of who we are and what we care about.” (Satz, 2010, s.112).

Da markedet behøver samfundet for at fungere, påvirker instanserne hinanden. Hvordan den påvirkning udformer sig, afhænger af den baggrund samfundet understøtter markedet med. For at de støtter kan være generelt positive, og ikke udnytte de borgere som udgør samfundet, skal der en overvejelse om mere end hvad monetær indkomst der kan indbringes. Pointen med markedsregulering af noxious markets er at bevare borgernes evne til at interagere med hinanden som ligeværdige. Hvor et ureguleret noxious market underminerer individers evne til at indgå i et demokratisk samfund på samme basis som andre borgere.

Markeder spiller altså en rolle i hvordan samfund udvikler sig. De har indflydelse på hvordan individer kan tilgå goder og omkringlæggende systemer som enten kan underbygge eller udnytte deres kapaciteter. Hovedpointen i noxious markets er hvordan de påvirker et givent samfund negativt ved at underminere nogle af dets borgere. Samfund er sprunget op omkring markeder. Tidligere fysiske størrelser, og samlingspunkter for individer som kunne indgå i direkte transaktioner med hinanden. Efterhånden som den teknologiske udvikling har taget hold er markeder skiftet. Den fysiske markedsplads kan stadig findes. Men den er mindre relevant, og har skiftet karakter. Rollen for det lokale marked er stadig at forsyne os med goder som er blevet gjort lettere tilgængelige. Mad, drikke, livsnødvendigheder. Onlinemarkeder har dog erstattet en stor række lokale fysiske virksomheder. Blockbuster blev

udkonkurreret af Netflix grundet online forretningsmodellen. Amazon er et online varehus med næsten alt hvad en forbruger kunne forestille sig tilgængeligt. I takt med den udvikling har risikoerne ved de markeder også ændret sig. Udviklingen af markeder i personlige informationer er et af disse risikofyldte områder. Hvor det ikke altid er klart hvad individer skal være klar over for at sikre sig at de interagerer med markedet på en måde de egentlig forstår. En nærmere undersøgelse af personlige informationsmarkeder starter i at finde ud af hvad der menes med 'personlig information'.

Afsnit 2: Hvad er Personlige Informationer?

Personlige informationer er på mange måder et paraplybegreb, som bliver brugt for at dække over en lang liste af data som kan indsamles og bruges til at identificere og potentielt påvirke folks adfærd. Søe et al. (2021) beskriver en definition fra artikel 29 af Data Protection Working Party således:” ... *data relates to an individual if it refers to the identity, characteristics or behaviour of an individual or if such information is used to determine or influence the way in which that person is treated or evaluated.*” (s. 10). Ud over det bliver det slået fast at personlige informationer omfatter information om individet, information brugt i relation til individet, og information som sandsynligt vil påvirke individet. Bredden af den definition bliver et problem, da den omfatter næsten al data, og dermed ikke klart indsnævrer personlige informationer. Mængden af data den definition skal dække over bliver kun større når man overvejer dataficering, hvor spor af brugeres hverdag og aktiviteter bliver konverteret til data, som kan analyseres og sælges. Den proces kan samtidig lave potentielle slutninger som leder til informationer som ikke er korrekte, men stadig tilskrives den pågældende bruger. Den definering medfører også at informationer som er blevet anonymiseret ikke falder under personlig information (Søe et al., 2021). For at løse det problem foreslår Søe et al. (2021) en afgrænsning af definitionen ved at se på hvordan data er brugt i relation til individet, og hvordan den brug påvirker det individ (s. 632). Mere konkret anvender Søe et al. (2021) sprogfilosofi til at eksemplificere hvordan information kan relatere til et individ. Personlig information er en af mindst tre typer: Information som relaterer til en person. Information som er om en person. Information som referer til en person. Personlig information bliver ofte set som værende information som det pågældende individ selv giver til fx en hjemmeside, eller kan direkte identificere dem. Men hvis konceptet om 'relative aboutness' hvor informationer om andre individer også kan være personlig information uden den direkte identificering. Eksemplet som anvendes, er lokationen på to individer, da disse vides at være sammen, kan det konkluderes at så længe det vides hvor en af dem er, vides det også hvor den anden er. Det bliver pointeret at for 'omheden' af information er det ligeegyldigt hvorvidt den information er korrekt. Udtalelsen person X er gravid, er om personen, hvorvidt det er en faktisk korrekt udtalelse eller ej (s. 626 – 630).

Hvorvidt information er personlig, afhænger altså af om den indeholder oplysninger som er enten absolut, eller relativt til et individ. Hvad der vil gælde som personlig information er en meget bred vifte, som kun gør udfordringen for klarhed i en sådan diskussion større. Når relativ omhed overvejes gør det kun den distinktion sværere når praksisser som dataficering involveres.

Dataficering komplicerer relativ omhed, da man gennem flere led kan finde data om andre personer end dem som har givet informationen. For eksempel ved DNA prøver, hvor informationen også vil relatere til både søskende, forældre, og andre tætte familiemedlemmer. Udvidelsen af personlig information til at inkludere relativ omhed markerer et problem ved bestemmelsen af personlig information, som kun værende direkte identificerende. Hvor information som for sig selv kan virke irrelevant, men ved kombineret med anden information kan identificere vedkommende. Udfaldet af en så bred defineret vil være at det er næsten umuligt at have information som ikke relaterer til en person. Det bliver derfor pointeret at andre definerende elementer som 'brugt i relation til et individ' og 'kunne have en indvirkning på et individ' begrænser definitionen til et praktisk brugbart fænomen (Søe et al. 2021, s. 630 – 632).

For uddybning af personlige data giver Pangrazio and Selwyn (2019) tre typer: Data som brugere giver til enheder eller systemer – Disse inkluderer sociale medier, såsom uploadede billeder, videoer, og beskeder. Samt sporingsinformation fra mobiler og lignende. Data som enheder udtrækker fra brugere – Her bliver data udtrukket uden viden, eller frivillighed fra brugeren. Det kan være data om brug af enheder, overvågning af transaktioner, og søgninger. Ved denne type er det ofte brugeren der har mindst kontrol med data. *"This leaves individual users always at a deficit, playing catch up with data specialists [...] If an individual has agreed to the 'terms and conditions' of a platform, then this is considered to be legal use of their personal data."* (Pangrazio, Selwyn. 2019, s. 422). Sidst er data som enheder eller systemer behandler på vegne af brugere. Denne form for data kan fodres tilbage til brugere i form af analyse sider, dette kunne fx være 'creator analytics' på YouTube, som kan bruges til at analysere hvordan den pågældendes seertal udvikler sig.

Data som biprodukt af computerberegninger er ikke noget nyt, men behandlingen og brugen af den data er først blevet praksis efter Googles start som søgemaskine i 1996, hvor resultaterne af søgninger blev vægtet alt efter hvor mange velrenommerede akademiske tekster der refererede dem. Dermed blev resultater som ikke havde nogen relevans sorteret fra, og algoritmen for den vægtning blev kun bedre i takt med væksten af internettet. Markedet for de dataspor vi efterlader os, opstår først da skaberne af Google prøver at gøre denne til en profitabel forretning. Véliz (2021) beskriver Googles

opsving i popularitet både hos den generelle befolkning, men også hos investorer. De har dog et problem, de har ikke nogen fast businessmodel, og deres investorer får ikke deres penge tilbage. Løsningen er at bruge deres brugeres personlige data til at sælge reklamer. Dermed er 'surveillance capitalism' opstået (s. 33-34). Den spæde barndom for brugen af personlige data starter her, med et system som vil forbedre reklamer for brugerne, virksomhedernes, og Googles eget bedste. Med en række incitamenter for virksomheder som bringer bedre reklamer til deres brugere, og større interaktion med de brugere er det en forbedring for alle involveret. Samtidig er det starten på brugen af personlige data som handelsvare.

"The most troubling victim of Google's advertising success, as you can imagine, was our privacy. Our data, which up until then had only been used to improve Google's search engine, began to be used to personalize ads. Through our searches, Google built a precise image of our minds, both collectively and individually." (Véliz. C., 2021, s. 36).

Succesen af den businessmodel som Google opfandt førte til en videre udvikling hvor de begynder ikke blot at indsamle den data som brugere passivt genererede, men aktivt begyndt at samle mere og mere detaljerede oplysninger om deres brugeres privatliv. Med integrationen af cookies kunne Google følge brugeren ud over deres egne platforme, og derved identificere hvilke sider de besøgte uden at interaktion med reklamer var nødvendig overhovedet. Før google blev personlige data kun sporadisk købt og solgt, sjældent med personalisering som formål. Programmer som Chrome, Maps og Nest er designet til at samle så meget data som muligt ved at tilbyde nemhed i hverdagen. Med integrationen af flere af Googles systemer blev handel med personlige informationer, med henblik på personalisering af reklamer det største marked på internettet.

Véliz (2021) omfang af hvad der ses som personlig information stemmer nogenlunde overens med Søe et al. Hvor individets data oftest indeholder informationer som ville tælle som personlig for andre individer i det dataficering kan sammensætte relationerne mellem informationerne til individerne bag (s. 93).

Hvad der ses som personlig information er gennem flere teorier forsøgt fastlagt. Det er dog klart at i informationsfeltet er defineringen af grænser for 'personlig' en stor udfordring, da meget information kan indeholde ellers næsten meningsløse oplysninger. Men som i sammenhæng med andre oplysninger kan informere en database, eller et andet individ, om lokationer, vaner, eller andre potentielt identificerende oplysninger.

Bredden af defineringen på personlig information virker til at være grænsende til ubrugeligt. Men samtidig understreger det at teknologien til at samle de datasæt som skal til for at lave dataficering er bekymrende. Hvis vi ikke kan adskille personlig fra ikke personlig information har statsinstanser en meget stor opgave foran sig. Specielt når de-anonymisering kan være så effektivt som beskrevet (Satz, 2010). Det er bekymrende at en så bred definering giver mening i konteksten. Jeg så gerne at det kunne klarificeres mere, men jeg kunne ikke finde en bedre definition som samtidig dækkede over det område som er nødvendigt. At så meget information relaterer i en sådan grad til individer at det kan forenes og være om nogen virker foruroligende. Og leder til en overvejelse om metoderne bag markedet bør reguleres.

Et videre forsøg på at definere personlig information kan findes i Bottis og Bouchagiar (2018) i deres forsøg på at definere personlige informationer som handelshemmeligheder. De definerer personlige informationer som værende informationer som relaterer til en identificeret eller identificerbar naturlig person, hvor en naturlig person er en der kan identificeres direkte, eller indirekte (s. 206). De beskriver videre en potentiel løsning på at få kontrollen over ens personlige informationer tilbage. *"Personal data could be protected by rules that govern trade secrets, which ensure such control that enables that the secret holder not only keeps private information well-hidden, but also benefits from its exploitation."* (Bottis & Bouchagiar, 2018. S. 207). For at fylde definitionen på handelshemmeligheder skal personlig information være generelt hemmeligholdt, og have kommerciel værdi netop fordi den generelt er hemmeligholdt. Ud over det kan det forventes at instansen som er i kontrol over hemmeligheden, har taget rimelige skridt for at holde den hemmelig. Til slut er retten til beskyttelse af personlige informationer kan være fundamental, men er ikke en absolut regel. I de tilfælde vil personlige informationer kunne høre under handelshemmeligheder.

Afsnit 3: Indsamling af personlig information

For at et marked i personlige informationer kan eksistere er det nødvendigt at indsamle dem. Véliz (2021) beskriver gennem hendes bog mange instanser af personlige data som bliver indsamlet og solgt i hvad hun kalder *"... the surveillance society, or surveillance capitalism."* (Véliz, 2021, s. 2). Markedet indenfor personlig information, og de metoder som anvendes for at indsamle den er opstået over en periode hvor der ikke har været tilstrækkeligt opsyn med de drivende kræfter bag et sådant marked. Da der ikke var eksisterende love for hvordan den form for data skulle behandles, kunne techvirksomheder gøre næsten som forgodtbefindende med den. Da personlige data, og hvad det bruges til bliver et politisk emne er markedet, og dets støtter allerede på plads. Praksis er etableret, og

konsekvenserne for privatlivet under et ureguleret datamarked viser sig. I takt med at verden er blevet mere og mere digital, har mængden af information som kan samles og behandles forøget sig i massiv grad. Privatlivet er blevet en handelsvare som kan sælges af de samme virksomheder som har undgået at informere deres brugere, og relevante statslige instanser, om hvordan deres data kan bruges. Spørgsmålet bliver ikke hvorvidt vores privatliv bliver optaget og handlet med, men i hvilket omfang, og hvordan det skal reguleres. Markedet eksisterer allerede, det er nu et spørgsmål om hvorvidt det kan forenes med brugernes ret til privatliv (s.2 – 5).

Konceptualiseringen af indsamlingen foregår ved en beskrivelse af en gennemsnitsdag for en person i en del af verdenen hvor enheder som kan indsamle data er blevet en del af hverdagen. Hun bruger flere eksempler, fra første tjek af smarttelefonen om morgenen som logger hvornår man står op, måske i forbindelse med en alarm. Motionsapps som bruger lokationsdata til ikke blot at holde øje med motionsruter, men også kan have hele sundhedsplaner indbygget. Hvad du spiser, hvornår du træner. Hvem du træner sammen med. Lokationsdata fra telefoner i nærheden af din kan også bruges til at estimere hvem du bor sammen med, hvem din familie er, ud fra navne og sociale profiler som der er givet adgang til i samme telefon. Google søgninger inden for det samme geografiske område kan bruges til at estimere hvad du/i har interesse for i øjeblikket. Hvis ens partner har søgt efter vielsesringe på sin bærbare hjemmefra kan reklamerne på ens eget feed være en hurtig indikator. Lydsignaler udsendt med reklamer fra fjernsyn som bliver opfanget af mobiler, og lagret som bekræftelse at du har set netop den reklame. Internettet er spredt langt ind i dagligdagen. Og i det felt bliver spørgsmålet om vigtigheden af beskyttelse af personlige data ekstremt relevant. Når virksomheder har haft frit spil til at gøre med personlige data som de har lyst, har været op til privatpersonen at beskytte de data de ikke ville give adgang til. Efterhånden som flere former for smart teknologi er blevet en del af hverdagen er det blevet en større udfordring. Men også mere frivilligt given information kan være blive behandlet på måder som ikke er hensigtsmæssige i forhold til brugeres privatliv. DNA-test virksomheder kan have alle rettighederne til prøver som bliver sendt til dem frivilligt. Det kunne være fx 23 and me, da de ikke har samme reguleringer som medicinske virksomheder. Disse databaser skulle være anonymiserede, men som Véliz pointerer kunne to dataloger anvende offentligt tilgængelige sundhedsinformation og viden om specifikke sygdomme til at identificere 98% af individer i en anonymiseret database (Véliz, 2010, s. 7 – 15).

Sociale medier er blevet en integreret del af dagligdagen for mange. Facebook er ikke længere kun en platform for at finde venner, med opkøbet af Instagram, udviklingen af Messenger, WhatsApp,

og senest lanceringen af Meta, har Zuckerberg skabt en onlineplatform som brugerne kan leve næsten hele deres liv på. Alt sammen drevet af et marked for salg og køb af de data som brugerne genererer ved brugen af platformen. Populariteten af Facebook som platform kan ledes tilbage til algoritmens evne til at sætte brugere sammen i deres relationer: ” *You start browsing the section entitled ‘People You May Know’. This feature has been crucial in expanding Facebook’s social network, which went from 100 million members when the tool came out in 2008 to over 2 billion in 2018*” (Veliz, 2021, s. 16). Interessen i at få flere brugere grunder i en businessmodel som handler mindre om at skabe social kontakt, og mere om at sælge indflydelse gennem personlige informationer. I den sammenhæng er platformen mere designet som en personlig reklamesøjle end et socialt medie. Historisk har Facebook været mere end villige til at undgå at informere om hvilke metoder de anvender for at indsamle den data de anvender til at fange, og sælge, deres brugeres opmærksomhed. Samtidig har virksomheden ikke vist bekymring for hvem der køber den information, eller hvad de bruger den til. ” *... Facebook has a shadow profile on you even if you are not a user. It follows you around the web through its pervasive Facebook ‘like’ buttons even if you don’t click on them.*” (Véliz, 2021, s. 18). Så selv hvis man ikke som individ ønsker at blive sporet, og giver udtryk for dette ved ikke at anvende deres platform, kan virksomheder få adgang til data som relaterer til en. Når medicinske data samtidig kan indsamles ved flere forskellige metoder. Det kunne være sundheds apps, forskningsvirksomheder, eller internethistorik. Eksemplet som bliver brugt af Véliz er United Kingdoms National Health Service, som kunne donere medicinsk data til DeepMind (AI udviklingsvirksomhed) som er ejet af Googles moderselskab Alphabet. Uden at der nødvendigvis er en kontrakt på plads som sikrer at den data ikke bliver linket til en tilsvarende Google konto (Véliz, 2021, s. 18 – 21).

Anonymisering af medicinsk data kunne afhjælpe en del af den bekymring, hvis det ikke var bevidst at det er forholdsvist ukompliceret at genidentificere individer i sådanne dataset. Hvor fx Lantana Sweeney viste at 87% af Amerikanere kunne identificeres ved bare deres fødselsdag, køn og postkode.

” *Data brokers are misleading the public when they claim they anonymize data. They trade in personal data. They collect all kinds of extremely sensitive information, package it, and sell it [...] They have also been known to sell lists of rape victims, AIDS patients, and other problematic categories.*” (Véliz, 2021, s. 24).

Kategorierne som indsamles og sælges videre, kan have konsekvenser for individer som måske ikke er opmærksomme på at deres digitale færden kan blive ført tilbage til dem. I lande hvor sygesikring

afhænger af private forsikringsfirmaer, kan genetisk information bruges i vurderingen om dækning. Selv hvis den genetiske information ikke er korrekt kan den stadig have konsekvenser for hvorvidt den person informationen omhandler kan få dækning. Oplysninger om seksuel orientering kan ikke kun bruges i marketing, men også have utilsigtede konsekvenser hvis de forkerte individer får adgang til den. Ansigtsgenkendelse kan linke et individs færden, selv hvis mobil, eller andre sporingsenheder er blevet efterladt andetsteds. Den information kan sættes sammen med andre oplysninger til at udlede en række konklusioner om et individ, som ikke nødvendigvis er korrekte. Men stadig kan have negative konsekvenser for dem.

Overvågningskapitalisme er et fænomen som ret hurtigt fik skabt en infrastruktur til at understøtte sig selv. Véliz (2021) nævner tre elementer i udviklingen som underminerede folks privatliv til fordel for et marked i personlige informationer: At personlige data kunne være profitable at sælge, 9/11 angrebet, og en overbevisning om at retten til privatliv var forældet. Udviklingen af indsamlings praksis starter med skiftet af PageRank algoritmen fra et værktøj til at forbedre kvaliteten af søgninger på internettet, til en profitabel virksomhed i Google. I starten var den generelle holdning fra Googles side at personlige reklamer skulle være relevante for brugeren, og virksomheder blev belønnet med lavere priser for at lave relevante reklamer. Problemet i den udvikling har været Googles hemmeligheder omkring hvordan de anvendte deres algoritme, og dermed hvordan det skiftede fra et værktøj som tjente brugeren, til en instans som solgte oplysninger til reklamefirmaer. Med introduktionen af AdSense, og dennes evne til at følge brugeren gennem reklamer på tværs af hjemmesider, også udenfor Googles tjenester bliver overvågningskapitalismen til en realitet. Videre udvikling af Google Maps, Pixel, Nest osv. har understøttet forretningsmodellen og bredden af den data der kan indsamles, pakkes, og sælges videre. Hvordan brugerne interagerer med potentiel invasiv teknologi, har også ændret sig. Specielt da covid-19 lockdowns blev introduceret, og programmer som Zoom blev næsten obligatoriske i arbejdsmarkedet (s. 31 – 39).

Bekymringen om indsamling af personlig information ledte i slut 90'erne til at der blev foreslået lovmæssige krav om bedre information fra Tech industrien med henblik på at brugerne kunne tage stilling til brugen af deres data. Dog ledte 9/11 angrebet til en modsat udvikling efter stater opdagede at de kunne anvende personlig information i overvågningsregi. Retten til privatliv blev nedprioriteret til fordel for sikkerhedstiltag. Dette bragte også privat og statslig overvågning tættere end før, hvor stater siden har fået større adgang til virksomhedsdatabaser med brugeres personlige informationer. Og statslige instanser som tidligere nævnt har doneret borgeres information til private virksomheder i

forskningsregi, uden større kontraktkrav om den specifikke brug deraf. ”*Digital mass surveillance’s main contribution was giving more power to the powerful – tech companies that soon became big tech, and governments – and disempowering ordinary citizens.*” (Véliz, 2021, s. 45). Hovedpointen for Véliz er at nedbrydningen af borgernes privatliv er sket i samarbejde mellem offentlige og private instanser, på den enkelte borgers bekostning. I praksis kan statsinstanser opkøbe datapakker fra tredjeparts sælgere, og anvende dem i stedet for indsamling som ellers ville kræve en dommerkendelse. Og holdningen til brugernes privatliv fra fx Facebook er ikke til brugerens fordel. Véliz pointerer at grundet deres businessmodel er det i sociale mediers interesse at deres brugere ikke anser deres privatliv som en prioritering over hvad sociale medier tilbyder til gengæld. Facebooks advokater har i 2019 argumenteret at deres brugere ikke har nogen forventning til at deres ret til privatliv bliver overholdt i det de bruger platformen. Offline brud på retten til privatliv er oftest ubehagelige, det er sjældent ønsket at blive overvåget uden det er ønsket. Online brud mærkes først når der er konsekvenser af dem. Det kunne være i form af afslåede banklån, jobafslag, eller en database som bliver brudt ind i, med potentiel afpresning til følge (Véliz, 2021, s. 51-54).

Interessen for virksomheder som Facebook og Google i personlig information handler mindre om den direkte monetære værdi, men mere om at sælge adgangen til deres brugeres opmærksomhed. De sælger muligheden for at påvirke deres brugere gennem personaliserede reklamer, politiske kampanjer, tilpassede fokusgrupper, osv. de sælger instrumenterne til at påvirke hvordan brugerne opfatter verdenen, hvilke nyheder de bliver præsenteret for, i hvilken sammengæng de nyheder beskrives. Véliz (2021) beskriver sammenhængen mellem viden og magt som værende gensidig, viden skaber magt, magt skaber viden. Gennem opsamling af personlig information og den magt der kommer fra at vide så meget om deres brugere, kan virksomheder som Google også bestemme hvad der bliver viden om deres brugere. Ligegyldigt hvorvidt den information er sand eller ej. Tech-giganters magt er i Véliz syn grundet i deres næsten eksklusive kontrol over deres brugeres data, og evnen til at foregribe de brugeres handlinger. For derefter at sælge muligheden for at påvirke brugernes handlinger (s. 58 – 64).

Magten som anvendes beskrives i to facetter, hård – og blød magt. Hård magt eksemplificeret i hvordan Google i 2018 opbevarede lokationsdata fra google maps, på trods af brugeres eksplicite fravalg ved aktivt at slå lokationshistorik fra.

” Tech’s hard power can sometimes be confused with soft power because it doesn’t look as violent as other forms of hard power, such as tanks and other kinds of brute physical force. But

people doing unto you what you have said 'no' to is hard power. It is forceful, and it is a violation of our rights. (Véliz, 2021, s. 65)

Statslig teknologisk hård magt kunne være et socialt pointsystem som er tilfældet i Kina. Hvor overvågning via teknologi bliver anvendt til at give borgerne point, som har konsekvenser for borgernes virkelighed. Jo flere point jo bedre levevilkår får borgeren adgang til, jo færre, jo ringere. Nogle af de scoringssystemer som private virksomheder anvender kunne sammenlignes med dette. De har måske ikke samme direkte konsekvenser som et statsligt pointsystem kan have. Men pointsystemer delt mellem virksomheder kan stadig have indvirkning på mulighederne for de individer som systemet måtte vurdere som havende en lavere pointværdi. Varierende priser på leje af diverse goder, forsikringer, lån osv.

Blød magt i tech viser sig i hvordan brugerne selv opgiver deres privatliv til fordel for hvad tech-giganter tilbyder dem. Den bløde magt ligger for Véliz (2021) i narrativerne omkring personlige informationer. Hvor visse tanker om privatliv har taget rod. Heriblandt argumentet om at retten til privatliv ikke er en bekymring hvis man ikke har gjort noget forkert. Samtidig argumenterer datavirksomheder at deres brugeres personlige informationer er en nødvendighed for udviklingen af digital teknologi. Og at digital teknologiudvikling er uundgåelig. Dog er ingen teknologisk udvikling uundgåelig. *"Technology doesn't happen to us – we make it happen."* (Véliz, 2021, s. 73). Hvorvidt de teknologier som bliver udviklet, kommer til at stemme overens med de værdier vi ønsker at fremme er op til de restriktioner som bliver pålagt udviklerne (s. 69 – 76).

Et af de største problemer med bruddet på retten til privatliv, er for Véliz privatlivets sammenhæng med autonomi. *"You need time and space free from external pressures to make up your mind about what you want for yourself, and to have the freedom to carry out your desires."* (Véliz, 2021, s. 85). Når brugere af digitale teknologier bliver klar over at de bliver overvåget, tages den frihed fra dem. Bekymringen om hvad der bliver indsamlet og lagret, kan lede til selvcensur, og potentielt en begrænsning af opsøgt information. Det er ikke specielt betrykkende at undersøge visse emner via fx Google hvis alle ens søgninger bliver kategoriseret og lagret. Autonomi kræver samtidig at man er relativt velinformeret omkring sine omgivelser. De informationer som bliver præsenteret for brugerne, kan være drejede i bestemte retninger. Præsenteret i bestemte syn, med bestemte bagtanker. Fra hvem end der har betalt for muligheden for at påvirke opfattelsen af brugeren. Véliz bringer sin pointe til den konklusion at indflydelse på brugeres, og dermed borgeres opfattelse, er et brud på deres evne til frit

at tilgå information, at overveje den information for dem selv, og dermed deres autonomi. Autonomi som er en nødvendighed for et demokrati (Véliz, 2021, s. 84 – 88).

Privatliv handler ikke kun om at have retten til privatliv på individuel basis, men som kollektiv. Véliz argumenterer at kollektivt privatliv er en nødvendighed for demokratiet. *"- for us to vote according to our beliefs and without undue pressure, for us to protest anonymously without fear of repercussions, to have freedom to associate, speak our minds, read what we are curious about."* (Véliz, 2021, s. 96). Privatlivet er der hvor tanker kan udfoldes uden at tænke dem bliver straffet. Hvor undersøgelsen af de tanker kan lede til udvikling af meninger, og politiske standpunkter. Hvis den proces bliver påvirket med bagtanker fra virksomheder som køber adgang til specialiserede veje til borgeres opmærksomhed, kan det blive et problem for udviklingen af borgere som kan deltage i den demokratiske proces med en forståelse for deres egne interesser.

Afsnit 4: Toxic data på et noxious market

Satz noxious markets og Véliz personlige data teori kan forenes i synet på visse markeder, i dette tilfælde markedet i personlig information, som skadelige for de samfund de påvirker.

"Data collection doesn't cut our flesh or make us bleed, it doesn't infect our lungs making it hard to breathe. But data collection is poisoning our lives, institutions, and societies. It just takes time for the consequences to unfold. Personal data is toxic, but it's a slow-acting poison." (Véliz, 2021, s. 50).

Véliz problem ligger allerede i indsamlingen af personlige informationer, og de systemer som skal være på plads for at den indsamling er en mulighed. Indsamlingen ville dog ikke være sket i samme grad, og på samme måde, hvis der ikke fandtes et marked i det.

At personlig information kan være 'toxic', grunder for Véliz (2021) i dens potentiale for at være skadelig for individets liv, institutioner, og samfund som helhed. Den er farlig fordi den er sensitiv, har stor mulighed for at blive misbrugt, er meget svær at holde sikker, og er attraktiv at skaffe af mange forskellige grunde. Skaden for individer kan variere, alt efter hvilke informationer der er tilgængelige om dem, og hvem der får fat i dem. Kriminelle som tilegner sig personlige informationer, har flere måder at udnytte dem på, fra identitetstyveri, til afpresning. *"We are all guilty of something, at least in the eyes of some."* (Véliz, 2021, s. 109). Og skaderne påvirker ikke kun de individer som bliver afpresset, og potentielt får deres hemmeligheder afsløret. Men også potentielt deres familier, som måske ikke har haft noget at gøre med sagen. Noget af skadeligheden af personlige informationer skyldes de institutioner som lagrer og analyserer dem. Et brud på sikkerheden af de databaser kan ikke kun skade individerne som dataene refererer til, men også de virksomheder som indsamlede og lagrede

dem. Et eksempel på de konsekvenser er Cambridge Analytica, som måtte lukke efter afsløringer om forsøgt manipulation af politiske afstemninger ved brug af personlige informationer (Véliz, 2021, s. 107 – 114).

Skadeligheden for samfund kan ske på fire områder. ”*Personal data can jeopardize national security, it can be used to corrupt democracy, it can threaten liberal societies by promoting a culture of exposure and vigilantism, and it can endanger the safety of individuals.*” (Véliz, 2021, s. 115). National sikkerhed kan trues ved brugen af personlige informationer. Et brud på nationale databaser kan lede til at uvedkommende får adgang til informationer som kan bruges mod individer som er tilstrækkeligt højt stående til at gøre skade. Informationerne kan anvendes til at påvirke politiske afstemninger, som var tilfældet for Cambridge Analytica. Det behøver dog ikke at være ulovligt anskaffede informationer som bliver anvendt. En stor del af de samme oplysninger kunne skaffes ved handel med private virksomheder. For både nationale instanser, såvel som udenlandske. Skaden mod demokrati kunne være i form af misinformationskampagner i forhold til politiske afstemninger. Dette var tilfældet i det britiske Brexit valg, hvor Cambridge Analytica anvendte borgeres personlige informationer til at konstruere profiler over hvilken propaganda der havde størst sandsynlighed for at påvirke deres beslutninger. Selv hvis mikromålretning mod enkelte brugere ikke har stor indvirkning på beslutningsprocessen hos borgere, er det en bekymrende udvikling. I et liberalt samfund har borgerne også ret til en privat sfære for at udvikle deres meninger, og liv generelt. Denne sfære bliver forstyrret af for megen overvågning, ikke kun fra stater, men i en delingskultur bliver individer også overvåget af andre individer. Personlig sikkerhed kan også trues ved brud på datasikkerheden. F.eks. brugte nazisterne flittigt lokale registre for at kategorisere borgerne i de lande de invaderede. Hvor effektiv den strategi var kom an på hvor mange informationer der blev opbevaret om borgerne, og hvor nemme de var at destruere. Sammenligningen kan laves i forhold til hackere som nu ikke engang behøver at invadere et land for at finde de oplysninger de er efter (Véliz, 2021, s. 115 – 139).

At personlig information er en noxious handelsvare understøttes af Adam Pham og Clinto Castro (2019), som argumenterer ud fra Satz fire skadeskriterier, og kan forenes med Véliz syn på det personlige datamarked. Skade mod individer bliver opfyldt af hvad de kalder ’the consumer scoring market’, som essentielt er handel med personlig information, som går ud over brud på retten til privatliv. Men også omfatter skade når forkert information bliver attribueret til individet. Det kan have store konsekvenser hvis de informationer ikke er positive. Skader på samfundsniveau er opfyldt i det markedet leder til digital diskriminering. Hvor f.eks. AdSense leverer forskelligt indhold alt efter brugerens navn,

eller fastsætter priser efter geografisk lokation. Skade på handling deles op i to facetter. Epistemisk svækkelse af handling handler om i hvilken grad brugere er klar over hvor meget de giver op for de goder de får til gengæld. Manglende information og en falsk følelse af sikkerhed grundet i love som ikke altid er effektive, leder til at brugere undervurderer hvad de betaler for goderne. Ikke epistemisk svækket handling handler om hvad virksomheder forsøger at forudse deres brugere vil gøre i fremtiden, baseret på deres personlige informationer. I visse tilfælde kan dette lede til en selvfuldgyldende situation, hvor brugere bliver bedømt på deres potentielle handlinger, og hvordan en algoritme måtte forsøge at forudse dem. I stedet for hvordan de faktisk agerer (s. 117 – 122).

For videre at anvende noxious markets teorien i forhold til personlige informationsmarkeder kan der ses på hvordan det holder op i forhold til de to dyder som Satz fremsatte: Effektivitet og frihed. Effektivitet af et marked handler som tidligere nævnt om hvordan det fordeler de goder som er tilgængelige. Det personlige informationsmarked bygger i den dimension på en hemmelighedsfuld opstart, hvor et af problemerne er asymmetrien i viden som tech-virksomheder har i forhold til deres brugere. Virksomhedernes metoder har været hemmeligholdt med konkurrencefordel som begrundelse. Men den asymmetri i viden, afføder en asymmetri i magt, som lægger til grund hvad der kunne kaldes et noxious market (Véliz, 2021; Satz 2010). Markedet i personlig information har altså ikke haft mulighed for at udvikle sig på en måde hvor effektivitetsprincipper som frasortering af ineffektive kilder, og prissætning af andre i markedet, har kunnet udfolde sig på konstruktiv vis. Det kan argumenteres at der efter opstarten er kommet så meget konkurrence på markedet at de principper er kommet i spil, men det ændrer ikke på at forspringet for tech-giganterne har været så stort at det kan have haft indvirkning på hvorvidt den nødvendige information om markedet er kommet ud til brugerne.

Forbindelsen til frihed er ikke specielt fyldestgørende. Et normativt markedssyn ved Satz (2010) ser et marked som fremmer frihed som havende en række relationer til frit valg for individer. Heriblandt bør et marked: præsentere individer med muligheden for at vælge mellem flere alternativer. Give incitamenter til individer så de foregriber resultaterne af deres transaktioner. Decentralisere information så magtmisbrug bliver mindre sandsynlig. Bidrage til redueringen af diskrimination ved at give muligheder for anonymt at foretage transaktioner (s. 21). Umiddelbart opfylder informationsmarkedet ikke specielt mange af de kriterier for de brugere som genererer informationerne. I visse tilfælde gør algoritmer som er lavet på baggrund af personlig information det modsatte.

Ejendomsretten på det personlige informationsmarked er endnu et problem. Grundet hemmeligholdelsen af metoder for indsamlingen har tech-giganter og datamæglere haft nærmest frit spil i

hvordan de har indsamlet, analyseret, og anvendt brugeres informationer. Den samfundsinstans som skulle have holdt brugerens ejendomsret i hævd var ikke forberedt på udviklingen, og fejlede derfor i at beskytte sine borgere. Jeg vil her lave sammenligningen mellem ejendomsret og retten til privatliv, i hvert fald i tilfældet af et informationsmarked. Fysiske goder er forholdsvis nemme at tage ejerskab af, og dermed have ejendomsret over. Men for et marked der ikke er i fysiske goder, er det ikke så lige til. Dog vil jeg tage stillingen at personlige informationer som er genereret af individer, er deres ejendom, indtil en transaktion har fundet sted. Den ejendomsret har ikke været beskyttet tilstrækkeligt til at et marked ikke har kunnet udnytte en del af dets brugere. Som tidligere nævnt ved Véliz (2021) kan dette være grundet en interesse for de statslige instanser i at have adgang til de informationer som markedet generer. Specielt i krisetider har argumenter for sikkerhed taget større betydning i forhold til bekymringer om privatliv (s. 42). Det kan være grundet en praksis som allerede eksisterede på daværende tidspunkt. Markedet var allerede etableret, infrastrukturen eksisterede allerede, så at tilgå den som magtinstans var ikke sværere end at købe sig adgang til det netværk som de private virksomheder allerede havde på plads. Samtidig kan det sammenkobles med allerede eksisterende overvågningsmetoder for større præcision i de informationer der bliver anvendt. Det sker stadig i dag at retten til privatliv bliver tilsidesat. Under covid-19 pandemien blev borgere opfordret til at downloade en sporingsapp, som kunne holde øje med hvor brugerne var, og se om de havde været i kontakt med en som blev registreret smittet. Hvordan den sporingsinformation ellers blev brugt, var der ikke ellers større oplysning om. Statsinstanser har altså udviklet en interesse i at have adgang til deres borgeres personlige informationer ud over det de selv har hjemmel til at indsamle. Og dermed har sikringen af ejendomsretten til ens personlige informationer været nedprioriteret.

Informationsfrihed i et hvilket som helst marked er et baggrundskrav for både effektivitet og frihed i det marked. Her kan det personlige informationsmarked ikke siges at være specielt imødekommende. Som tidligere nævnt har tech-virksomheder en historie af hemmeligholdelse af forretningsmetoder i forhold til indsamling og anvendelse af deres brugeres informationer. Den informationsasymmetri leder til dårligt oplyste forretningsbeslutninger, og i tilfældet af personlige informationer, potentielle konsekvenser som brugeren ikke kan forudse ved brugen af platforme som lagrer deres informationer. Men selv hvis tilstrækkelig information om risiko ved markedet er til stede kan parter vælge at interagere med det grundet fejlbarlige vurderingskriterier. Såsom overdrevet vurdering af egen statistiske sikkerhed. For megen information kan også have påvirkningen at det virker for uoverskueligt at sætte sig ind i, så man siger bare ja i afmagt (Satz, 2010, s. 28)

Troværdigheden til det system som ellers skulle beskytte borgerne mod udnyttelse i et marked har i informationsmarkedet fået et slag nedad over den sidste periode. Hvor whistleblowers har kunnet afsløre praksisser fra statsinstanser som ikke har stemt overens med principper om at beskytte borgere. Samtidig er troværdigheden af de private virksomheder som er involveret også dykket. Problemet for statslige instanser som bliver afsløret på den måde, ligger i at deres grundlag som offentlige institutioner, som oftest står til ansvar for en folkevalgt regerende instans, bliver rystet. Hvis ikke borgerne kan stole på at deres valgte repræsentanter kan beskytte dem bliver det et politisk problem. Det er også her den asymmetriske viden spiller ind igen. Havde borgerne haft den viden som var nødvendig for at tage de politiske beslutninger som bedst tjente deres egne interesser, kunne en situation hvor troværdigheden dalede have været undgået. For private virksomheder betyder det oftest at individer holder op med at handle med dem. Men i tilfældet for f.eks. Google og Facebook er det tilfældet at de nu er så stor en del af hverdagen, at stoppe med at interagere med dem ikke er en mulighed (tidligere nævne skyggeprofiler som Facebook har på brugere som ikke anvender deres platform). At statslige instanser har vidst at de også har interesse i personlige informationer kan have betydning for hvor meget deres borgere stoler på at de har interesse i at beskytte dem i fremtiden. Systemer som burde beskytte borgere mod invasive forretningsmetoder, virker måske ikke lige så effektivt som de burde. Og i et stadig mere globaliseret samfund kan det være et ret stort problem at brugerne ikke kan stole på at de transaktioner de indgår i, har samme sikkerhed som de tidligere enten har haft i lokalmarkedet.

Anti-monopolkriteriet kunne siges at være ret svagt i informationsmarkedet. Med Meta og Google, eller deres moderselskaber i spidsen for det meste af udviklingen i forretningsmetoder. Godt nok er der kommet datamæglere til fadet, og tech-virksomheder er stormet til udviklingen af deres egne systemer til at indsamle, analysere, lagre, og sælge deres brugeres informationer. Men det forspring som Google og Facebook etablerede, før deres metoder blev afsløret, kan ikke ignoreres. Virksomheder på deres størrelse er hårde at holde i skak hvis de vil forsøge at sikre sig en størstedel af et marked.

Eksternaliteter for informationsmarkedet er godt eksemplificeret i de tidligere nævnte skyggeprofiler. Det vedkomne individ har ikke godkendt brugen af sin information i forhold til Facebooks regler og vilkår, men bliver stadig overvåget i en grad som er nok til at have en profil på dem. De informationer kan være indsamlet af andre virksomheder end Facebook selv, det kan være de deler informationer med en e-mailudbyder, en motionsapp som optager lokation, en datingapp. Men også brugere af platformen kan opgive informationer som relaterer til en ikke-bruger. Det kan være en ægtefælle som deler familie billeder, børn som deler lokation på deres enheder i huset. Hvis de enheder er

i ikke-brugerens navn kan det fastslås med forholdsvis stor sikkerhed at det er vedkommendes bopæl. Som tidligere eksemplificeret har smart-tv 'er kameraer som kan tilgås. Hvis et familiemedlem har taget en privatejet dna-test, kan resultaterne af denne, hvad end de er korrekte eller ej, få konsekvenser for andre personer i familien. Dna er altid information om nogen, og grundet dets natur som værende delt af familiemedlemmer kan visse tendenser læst af den information bruges i sammenhæng med søskende, fætre, kusiner, børn, forældre. Konsekvenserne som den form for informationer kan have for tredjepart kan defineres som omkostninger eller skade på eksternaliteter.

For videre at undersøge informationsmarkedet som noxious bruges de fire basisparametre som er redegjort for tidligere i opgaven: Skadelige resultater, skadelige resultater for samfund, meget svag eller højst asymmetrisk viden og handlekraft, og underliggende svagheder (Satz, 2021, s. 94 – 99).

Skadelige resultater for individer i informationsmarkedet kan ske i grader, det er ikke nødvendigvis ekstremt skadeligt at end informationer siger at man er et par centimeter lavere end man måske er. Men i værste tilfælde kan ukorrekte informationer lede til ekstremt skadelige hændelser for de påvirkede. Det er f.eks. tilfældet for Ramona Mariá Faghiura, som Véliz (2021) bruger som eksempel på identitetstyveri. Ramona har ikke gjort noget forkert, men alligevel er det en ikke unormal hændelse at hun bliver arresteret på anklager om cyberkriminalitet. Hendes identitet er blevet stjålet og brugt af cyberkriminelle, og på trods af en flere års kamp bliver hun stadig anklaget som kriminel, blot fordi hendes informationer er faldet i de forkerte hænder (s. 110). Lagringen af hendes informationer ledte til et sikkerhedsbrud på en database, og derefter har kriminelle brugt hendes identitet som skjold. Det er ikke direkte som følge af informationsmarkedet, men hvis ikke markedet eksisterede ville der ikke være meget grundt til at opbevare hendes informationer. Det er dog ikke kun kriminelle som kan bruge lagrede informationer på skadende vis. Afslag på sygesikring ved en vurdering ud fra dna-information fra familiemedlemmer er også en hændelse som finder sted. Igen, uden at den information behøver at være korrekt. Så længe den er lagret under hvad der menes at være din profil, er sandhedsværdien ikke risikoen værd for forsikringselskaber. *"In the United States, the Detroit Police Department wrongfully arrested a man solely based on a flawed match from a facial recognition algorithm."* (Véliz, 2021, s. 112). Ansigtsgenkendelse til at låse telefoner op er blevet almindeligt efter Apple gjorde teknologien populær i deres iPhones. Den information kan dog også lagres, analyseres, og anvendes af stater til at genkende, og arrestere borgere som protesterer som under Hong Kong protesterne. Hvis ikke staten havde adgang til at købe, eller på anden måde indsamle den information som læringsmateriale for deres algoritmer ville den teknologi sandsynligvis ikke være nået så langt som den er. Eksemplet som Véliz

(2021) anvender er hvordan nasisterne brugte det meget grundige hollandske statsregister til at opspore jøder efter de indtog landet. Det samme skete med det belgiske system under Rwanda folkedrabet i 1994 (s. 133 – 136).

Skaden som markedet kan gøre på individer, er meget baseret på andre instansers brug af markedet. Det er ikke markedet der afslår forsikringer, men de virksomheder som interagerer med det. Og sådan virker det til at de fleste indvendinger mod informationsmarkedet lyder. Det er ofte at informationerne bliver brugt i sammenhæng som underminerer forbrugeren, men det er ikke markedet i sig selv der er skyld i det. I Véliz synspunkt er problemet allerede før markedet. Det er i indsamlingen hun ser bruddet på retten til privatliv, ikke i markedet selv. Argumentet at det er markedet der gør skade, virker til for det meste at være rykket en ring ud. Hvor det ikke er markedet der direkte ændrer på, eller underminerer, værdien af informationen. Men enten hvordan den bliver indsamlet, eller hvad den bliver brugt til, efter den er solgt. Informationsmarkedet i sig selv virker ikke til at være problemet. Det er dog stadig tilfældet at i hvert fald konsekvenserne for individerne efter salget af deres informationer nok ikke ville eksistere hvis det ikke var for et eksisterende marked. Eller i hvert fald ikke i samme grad. Eksempler som Holland og Rwanda ville stadig være tilfældet, men skaden ville i de fleste tilfælde ikke være så udbredt.

Skadelige resultater for samfund kan for Véliz ske på fire måder som tidligere er gennemgået. Trusler mod national sikkerhed, trusler mod demokratiet, trusler mod liberalisme, trusler mod individers sikkerhed. Den sidste måde er eksemplificeret i forrige afsnit, så den vil jeg ikke bruge længere til på her (Véliz, 2021, s. 115 – 136).

Trusler mod national sikkerhed kunne involvere spionage på baggrund af indsamlet personlig information. Afpresning, eller rekruttering af agenter for fjendtlige stater kan gøres ud fra enten illegalt indsamlet, eller købt personlig information. Eksemplet med ansigtsgenkendende algoritmer kan anvendes her. Hvor Véliz pointerer at f.eks. den kinesiske regering kunne være interesseret i at lære deres algoritmer at genkende amerikanske ansigter, som de ellers ikke ville have adgang til (s. 116). Denne form for skade mod samfundet er godt nok ikke det som bliver direkte refereret til i Satz definition, men det er stadig potentielle skader mod samfundet alt efter hvor bruddet sker.

Mere i linje med Satz er truslerne mod demokratiet. Som i denne sammenhæng handler om hvordan virksomheder med adgang til informationsmarkedet, og dets lagre, kan forsøge at manipulere demokratiske afstemninger til deres fordel. Eller en politisk kandidat kunne hyre en virksomhed til at gøre det samme.

"The Cambridge Analytica scandal illustrates how privacy losses can contribute to the gerrymandering of democracy. Privacy violations enabled the construction of profiles that were used to target people with propaganda that matched their psychological tendencies. ... In a way, the company harmed all of the citizens of the countries it meddled in, ..." (Véliz, 2021, s. 119 – 120).

Metoden som blev anvendt i forsøget på at påvirke vælgere i Brexitafstemningen bestod i at vise specialiserede politiske kampagner, på baggrund af personlighedsprofiler, lavet ud fra personlige informationer. At det overhovedet er en mulighed at lave sådanne profiler, er grundet lagring af de oplysninger som informationsmarkedet anvender. I brugen af personlige informationer kan virksomheder have mulighed for at påvirke deres brugeres opfattelse af hvordan deres omverden fungerer. Hvis den information som er tilgængelig for brugeren filtreres med en bestemt vinkel for at drive mere opmærksomhed til den information, kan det fordreje opfattelsen af den information. Hvorvidt de gjorde udfaldet til en stemme om at forlade EU, er ikke det største problem i denne sammenhæng. Det er at forsøget blev gjort i det hele taget, og at der er nok personlig information på en mængde borgere, hvor det ikke er en ligegyldig bekymring hvorvidt den form for manipulation virker. At en virksomhed som Facebook har den potentielle magt der skal til at påvirke demokratiske afstemninger, er bekymrende. *"One of the most important pillars of a healthy democracy is having fair elections. Not only that, people have to feel confident about the fairness of the electoral process."* (Véliz, 2021, s. 125). Tag den europæiske kul-, og stålunion som modeksempel. Hvor en instans blev skabt for at sikre at medlemmerne ikke kunne opruste til krig ved de eksisterende markeder, uden at andre blev klar over det. Facebook har en interesse i hvem der vidner visse valg for at undgå regulering. Som tidligere pointeret i opgaven har tech-giganter en historie for hemmeligholdelse af deres metoder. Uden regulering kan sociale medier være et demokratisk problem. Med de eksempler kan det siges at hvis ikke markedet i personlige informationer allerede påvirker borgernes kapaciteter, har de i hvert fald potentialet for det.

Svag eller meget asymmetrisk viden og handlekraft er blevet pointeret i forbindelse med flere af de andre kriterier. For toxic data teorien er et af hovedpointerne at borgere ikke har nok viden til at beskytte deres privatliv, og dermed forhindre at deres autonomi bliver forstyrret. Det er dog samtidig ikke individets skyld at de ikke ved hvad de skulle kunne for at afværge den form for overvågning som de fleste af os lever under i en eller anden grad. Individer kan tage skridt for at deres informationer ikke bliver indsamlet og lagret. Brug af VPN (Virtual Private Network) som ikke kun rykker enhedens ip-adresse, men også i de flest tilfælde krypterer den information som bliver sendt fra enheden. Afslag af cookies som følger ens færden mellem hjemmesider. Adblockers til de reklamer i f.eks. e-mails som

indeholder trackers. Standhaftig overvågning med privatlivsindstillinger på sociale medier hvis man bruger dem. Spørg familie, venner og bekendte om ikke at give dine informationer til systemer, bed om at billeder ikke bliver uploadet af dig. Brug internetbrowsers som ikke godtager cookies i det hele taget. Der er mange skridt man som individ kan tage mod at begrænse sit informationsspor. Problemet er at det ikke er nok. Skyggeprofiler er en realitet om du bruger en platform eller ej. Der findes flere måder at spore din mobiltelefon på end at slå lokationstjenester fra. I det store hele kan du som individ gøre noget for at mindske dit spor, men at komme af med det er næsten en umulighed. Den eneste grund til at vi ved hvordan tech-giganter og datamæglere opererer er whistleblowers. Den viden som skal til for at beskytte sig selv bare til et minimum, kom først frem efter der var bekymringer om forretningsmodellen. Da den allerede var på plads, og var begyndt at tjene virksomhederne styrtende med penge. Toxic data opfylder kriteriet for både asymmetrisk viden, og svag handlekraft i det borgeren ikke har en jordisk chance for reelt at sige fra til informationsindsamling, uden at melde sig ud af samfundet. Og at viden om hvad deres informationer bliver brugt til af tredjepart er næsten umulig at finde ud af (Véliz, 2021.).

Underlæggende svagheder er et problem for informationsmarkedet da det på baggrund af informationsspor kan være diskriminerende på flere måder. *"One study on Google's AdSense software, for example, illustrated that the content it delivers is influenced by whether the name is black- or white-sounding"* (Pham & Castro, 2019, s. 120). Det kan også være i forhold til geografisk lokation, eller hvilken demografi der bor flest af i det område vedkommende bor. At en algoritme bruger ens lokationsdata, eller lyden på ens navn til at vurdere hvilket indhold man skal vises, er at udnytte underlæggende svagheder. Ghettoer er et fænomen som eksisterer verden over. Når man bliver vist indhold i f.eks. reklamer på baggrund om man bor i en kan det udnytte strukturelle uligheder til fordel for sælger.

Hovedkriteriet for et noxious market er at det underminerer borgeres evne til at have lige interaktioner i et demokratisk samfund. For at den interaktion er mulig skal borgerne have muligheden for at udvikle evnen til at begå sig i et demokrati, og samtidig have mulighed for at tage stilling til politiske problemstillinger, danne egne meninger, og have friheden til at undersøge alternativer til den status quo der eksisterer. Alt dette kræver uddannelse til et vidst niveau. Det kan argumenteres at en del af den uddannelse burde være i håndtering af personlige informationer. Men selv hvis den uddannelse var til stede ville det ikke rigtigt ændre på at forretningspraksis i informationsmarkedet er noxious. Det kunne hjælpe på informations asymmetri, og give noget handlekraft tilbage til borgerne. Men det vil ikke være nok. Da informationsmarkedet i dette afsnit er blevet vurderet som et noxious market

er det et spørgsmål om hvorvidt det skal have lov til at eksistere i det hele taget. Eller om regulering af markedet er tilstrækkeligt til at det kan fortsætte.

Afsnit 5: Regulering af Handel med Personlige Informationer

Sammenhængen mellem personlige informationer og markedsrestriktioner findes i det Véliz (2021) kalder 'the data economy' (s. 1). Et marked der er opstået omkring indsamling, behandling og salg af personlige informationer.

At regulering er en nødvendighed baseret på hvordan tech-virksomheder historisk har behandlet personlig information er et ret tiltalende argument. Specielt med nogle af de eksempler som anvendes af Véliz. Det bliver kun mere tiltalende når stater er med i samme ombæring. Heldigvis findes der stadig statslige instanser som er interesserede i at genskabe tilliden til at de kan beskytte deres borgere. GDPR-lovgivningen er lavet i et forsøg på at vriste noget magt fra private tech-virksomheder, som ellers har opført sig som de har lystet i en årrække. De mitigerende grunde i et terrorangreb på Amerikansk jord er ikke en god nok grund til at reguleringer ikke allerede skulle have fundet sted. Som Véliz (2021) beskriver det er der ikke nogen grund til at stole på at tiltagende i sikkerhed skulle have hjulpet mod terror alligevel (s. 42 – 44). Argumentet for at regulere på en historisk tendens til uvillighed til at regulere sig selv virker derfor solid. Historik er ikke nødvendigvis en indikator for fremtidig handling. Men i tech-giganternes tilfælde har et mønster af hemmeligheder vist sig i en sådan grad at præventive reguleringer nok er på sin plads (Véliz, 2021).

Reguleringen af et marked i den form for goder er ikke specielt lige til. Hvis vi ser på Satz Generelle egalitarisme ville en reguleringen bestå i en beskatning af indtjeningen hos virksomheder som har handlet eller på anden vis tjent på andres personlige informationer. Vurderingen af hvor meget informationer er værd vil være op til markedet at beslutte, og regulere derfra. Problemet med den tilgang til informationsmarkedet er igen asymmetrisk viden, da det vil være op til markeds kræfterne at vurdere værdien af informationen, og så store dele af markedet tilhører forholdsvis få virksomheder. Det kan også forbindes med et monopolproblem. Samtidig vil en redistribuering af fortjeneste ikke håndtere de andre problemstillinger som informationsmarkedet bringer med sig. For at en sådan regulering skulle være succesfuld skulle den have fundet sted før forretningspraksis havde etableret sig (2010). Samtidig har tech-virksomheder ikke udvist villighed til at regulere sig selv indenfor markedet, hvor det oftest har været en kamp at få afsløret de praksisser som bliver benyttet, og der stadig er udvikling på området som ikke bliver afsløret for den bliver tvunget ud (Véliz, 2021).

Den specifikke egalitarisme har nogle andre værktøjer at regulere markeder med, som potentielt kan anvendes på informationsmarkedet. Dog er grundlaget for informationsmarkedet ikke helt passende i Satz beskrivelse af hvilke goder der skal distribueres ligeligt i stedet for ved markeds kræfter. For at få klargjort hvordan informationsmarkedet passer ind i specifik egalitarisme tages Pham og Castro (2019) i brug. Afvisningen af visse markeder på baggrund af en degradering af goden passer ikke på informationsmarkedet. Da personlige informationer ikke mister deres sociale mening ved at blive solgt på et marked (s.119). Hvem der laver den transaktion, og under hvilke vilkår kan have betydning for det, men transaktionen i sig selv degraderer ikke informationen.

Jennifer Baker (2017) undersøger det område med fokus på at de etiske problemer med personlige data er de samme som markedstransaktioner. Hun præsenterer to syn på hvordan markedet kunne reguleres i forhold til personlige data. Et forslag fra The Federal Communication Commission (FCC) ville være at få brugere til at samtykke til at deres data bliver indsamlet og anvendt ud over hvad der er nødvendigt for driften af netværket. Ansvar for den samtykkeforespørgsel vil falde til internetudbyderen. Argumentationen fra FCC er at den tilgang tilgodeser forbrugeren, fremmer gennemsigtighed og muligheden for at vælge at beskytte sit privatliv. Modstanden mod det forslag påpeger at det ikke er internetudbydere som samler den data som er omfattet af forslaget, men tech-giganter som Google, Facebook og Netflix. Videre argumenteres det at skulle have samtykke for enhver potentiel brug af personlige data kun forøger transaktionsomkostninger, uden at gøre noget positivt for forbrugerne. Udgangspunktet er her at det vil være en ineffektivitet som meget få forbrugere vil finde hjælpsomt (s. 341-342). Baker foreslår en metode hvor: " ... *the most general justification of the market be articulated in terms of a norm that practitioners (producers, sellers, and buyers) are expected to apply and test their own behaviours.*" (Baker, 2017, s.342). Restriktionerne af markedet vil så være baseret i hvilken retfærdiggørelse det marked kan have generelt.

Problemet med FCC-forslaget er ifølge Baker (2017) at restriktionerne vil bygge på interpersonelle etiske normer i stedet for business etiske normer. Hun demonstrerer den sammenhæng ved en teori udarbejdet af David Holley. Ifølge den er transaktionen mellem forbruger og internetudbyder kun etisk acceptabel hvis visse kriterier er mødt.

- Både køber og sælger forstår hvad de får ud af transaktionen
- Begge parter indgår i transaktionen frivilligt, uden tvang, og ikke grundet manglende alternativer

- Begge parter er i stand til at tage rationelle beslutninger om omkostningerne og goderne af transaktionen i tiden som den er indgået

For at overholde de kriterier vil man skulle vide hvad transaktionen indebærer 100% af tiden. Hver eneste forespørgsel skal brugeren læse og forstå servicevilkårene. Og hver eneste potentielle brug af den indsamlede data skal forudsiges og inkluderes (343). Metoden lægger vægt på brugerens faktiske mangler og ønsker. Hvor nogle måske ville indgå en aftale som ikke afspejlede deres bedste interesse, grundet et forkert grundlag for deres beslutning. Fx nemhed kontra privatliv.

Kritikken af det system i forhold til brugen på markedet for personlige data findes i grundantagelsen. Hvor Holleys system kan passe på 'almindelige' transaktioner, kommer det i problemer når der ikke er tale om direkte goder der bliver forhandlet. Når varen ikke er noget fysisk gode som opfylder enkelte mangler, i enkelte transaktioner bliver det noget mere kompliceret end som så. Markedet for personlige data som det ser ud i dag ville ikke kunne eksistere under de forhold.

Baker argumenterer for en adskillelse af business normer og etiske normer. Retfærdiggørelsen for business normer er anderledes fra interpersonelle etiske normer ved ikke at have de samme direkte fordele for individer. *"Interpersonal ethics are too high a bar to apply to market transactions: the market as we know it would not exist if interpersonal ethics were controlling."* (Baker, 2017, s. 345). Kriterierne for etiske business normer bygger i stedet på opbygning af generel overflod over tid. Disse normer bliver acceptable ved at fremme det generelle gode for det samfund markedet er del af. Baker underbygger videre adskillelsen ved at påpege tre træk i markedstransaktioner. Første træk er virksomhedernes manglende evne til at forudse hvordan deres produkter bliver brugt, og konsekvenserne af den brug. Andet er forskellen mellem markedsetik og medicinsk etik, hvor markedet gennem allerede etableret 'naturlig' praksis er under mindre stringente krav end medicin. Tredje træk er vores vilje til at dele retfærdiggørelsen for markedet, så den kan testes og forbedringer kan identificeres. Hun giver et forslag til en norm som er tilfredsstillende i at samle vurderingen af virksomheds praksis, og retfærdiggørelsen af markedet.

" ... we are behaving justifiably in the market when we are aware that it is the right time and place to treat resources as scarce for the sake of contributing to a market system that generates information that can be used by others immediately, and long term as a means to general affluence." (Baker, 2017, s. 346)

Der er flere begrundelser for den foreslåede norm. Heriblandt at den ikke er imod vores mening med markedet i første omgang. At den ikke lover et positivt resultat af en transaktion, kun muligheden for at foretage den. Det putter ikke ansvaret for forbrugerens mangler på sælgeren. Og det vil behandle den data som bliver indsamlet som en begrænset ressource som bliver brugt til at fremme generel overflod. Online transaktioner har flere mangler i forhold til en sådan norm. Den monetære værdi af vores data er ikke offentligt fastlagt, og giver dermed ikke mulighed for brugeren for at forstå hvor meget deres data er værd. Mere transparens i værdien på personlige data vil samtidig kunne bruges af forbrugerne til at vurdere hvilke transaktioner vedkommende vil tage del i. Og giver markeds kræfterne mulighed for at virke. For Baker (2017) er det bedre for generering af generel overflod ikke at begrænse tilgængeligheden til personlige data for internetudbydere. Men i stedet sørge for at markedet bliver mere transparent i sine prissatser. Så brugerne i fællesskab kan få gode af det marked som eksisterer. Dermed opfylder markedet indenfor personlige informationer hendes etiske kriterie (s. 346-347).

Véliz argumenterer på baggrund af privatlivsbekymringer for et forbud mod handel med personlige informationer.

"It might seem radical to call for the end to the data economy. But it's not. It's just the status quo that makes it seem that way. What is extreme is having a business model that depends on the mass violation of rights. Widespread surveillance is incompatible with free, democratic, and liberal societies in which human rights are respected. It has to go." (Véliz, 2021, s. 249).

Men det virker ikke praktisk at afskaffe et marked som har mulighed for at blive reguleret i en sådan grad at vi kan acceptere at det eksisterer. Retten til privatliv, og informationsmarkedet er ikke nødvendigvis inkompatible. Hvis borgere har den information, og de værktøjer de skal bruge for at navigere interaktionen med tech-virksomheder kunne markedet være moralsk tilladeligt. Det moralske princip står for stærkt for Véliz til at et marked som bryder retten til privatliv kan eksistere. Men hvis der kunne reguleres så metoderne var mindre invasive, og borgere havde tilstrækkelig adgang til den nødvendige information, og samtidig havde mulighed for at lære de værktøjer som er nødvendige for at navigere i informationsmarkedet, kunne baren sænkes til Bakers kriterie.

Adam Pham og Clinton Castro (2019) har forslag til hvordan et bedre marked i personlig information kan opnås. Deres løsningsforslag tager inspiration i bevægelsen for FICO score regulering fra 1990. Ramirez foreslår en centraliseret portal hvor borgere kan identificere hvad datamæglere ved om dem. Hvor den samme portal skulle have let tilgængelige muligheder for at frasige sig dataindsamling. Samtidig skal datamæglere advare kunder når risiko afbødningssystemer regulerer deres handlinger

(som citeret i Pham & Castro, 2019, s. 123). Et problem med en sådan portal kan dog være at forbrugere ikke altid handler i deres egen bedste interesse. De kan på trods af viden om omfanget af de indsamlede informationer vælge at fortsætte med at dele dem enten af vane, eller afmagt mod et system som virker for stort til at tackle. Portalens samlede natur kunne mindske opfattelsen af systemet til noget som individet kan tage stilling til. Samtidig bør systemer som vurderer hvilke goder eller tjenester som skal være tilgængelige for individet, ikke tage faktorer som kan siges at være grundet systematisk ulighed med i vurderinger. I den sammenhæng kan selvlærende algoritmer have problemer i det de personer som har udviklet dem ikke ved hvordan de opererer. Diskriminerende tendenser kan være lagret i indlæringsprocessen, uden at det er med udviklerens gode vilje, da algoritmen har lært enten en anden algoritme, eller sig selv at opfylde visse sorteringskriterier. *"Without regulation that represents the public interest, high-risk algorithms are likely to lead to adverse outcomes that are not justifiable to the individuals or groups they most affect."* (Pham & Castro, 2019, s. 124). Hvorvidt en sådan algoritme kan være tilladelig, vil komme an på i hvilket omfang, og i hvilken kontekst den anvendes. Konklusionen fra deres argumentering ender i at markedet i personlig information er noxious, men at det ikke er praktisk at afskaffe det helt. Dermed foreslår de regulering som den bedste metode til at håndtere markedet.

En måde at regulere hvordan personlige informationer bliver håndteret på markedet bliver foreslået af Maria Bottis og George Bouchagiar (2018). De foreslår at regulere personlig information som forretningshemmeligheder. Som samtidig ville være i overensstemmelse med tidligere nævnte begrundelser for hemmelighederne omkring indsamlingsmetoder fra Google og andre tech-giganter. En sådan regulering ville give forbrugere bedre kontrol over deres data, men ikke hindre den i tilfælde hvor den kan være til gode, såsom medicinske data. Kravet under europæisk lovgivning for forretningshemmeligheder er at den information er profitabel fordi den er hemmelig, at indehaveren har taget rimelige skridt for at sikre sig at de forbliver hemmelige, og dermed er de beskyttet af yderligere lovgivning end ophavsret. *"... one can conclude that when a person, a licensor, has provided 'data', which constitute trade secrets, to another for a particular purpose, these data cannot be used for other purposes without obtaining the licensor's permission."* (Bottis & Bouchagiar, 2018, s. 208). Reguleringen vil betyde mere kontrol over personlig information, og højere forventning til sikkerhed for indsamlet og lagret information. Og virksomheder kan ikke uden videre lave transaktioner med personlig information til tredje part. Samtidig kunne den form for beskyttelse gøre borgere bedre vidende om deres informations værdi. Hvilket er et essentielt skridt mod at give borgere evnen til at kontrollere deres data. Hvis individer er klar over hvilken monetær værdi deres informationer har kunne det lede til større interesse for

hvem der tjener på den, eller en interesse i selv at få gode af den indtjening, på deres egne vilkår (s. 206 – 212).

For at give borgere evnen til at beskytte deres informationer vil Luci Pangrazio og Neil Selwyn (2019) forbedre deres forståelse af digital information. Den forståelse kan tage en af fire former: datasikkerhed og data management, data videnskab, data hacking, og medielæsefærdighed i personlig information. Datasikkerheds fokuset går op i hvordan brugere beskytter sig selv i deres interaktion med internettet, og udviklingen af deres evne til at kontrollere de dataspor de efterlader sig, typisk tilegnet børn som skal lære at begå sig på internettet. En måde at gøre dette lettere tilgængeligt for alle, er programmer som lader brugere vælge hvilke virksomheder der kan interagere med deres informationer. Såsom portalen tidligere foreslået af Ramirez. Datavidenskab beskæftiger sig med at forstå og analysere datasæt, typisk fokuseret mod professionelle som med den viden kan analysere indsamlet data fra f.eks. stater. Data hacking beskæftiger sig med måder at tilgå og genanvende informationer. ”... *hacking can be thought of as a deep form of literacy focused on understanding the various systems and codes associated with society.*” (Pangrazio & Selwyn, 2019, s. 424). Hacking er en forståelse af hvordan systemerne fungerer, og hvordan de kan påvirkes. Oftest til fordel for hackeren. Medielæsefærdighed i personlig information deler sig i to retninger, den ene beskæftiger sig med en design tilgang. Hvor fokuset er på datakompetence og brugen af data til at give individer magten tilbage i det borgerlige liv. Den anden hjælper individer med at forstå og manipulere datarepræsentationer på sociale medier (s.422 – 425).

Begrænsningerne ved nutidig læsefærdighed i forhold til personlig information er at metoderne hviler for stort på individet. Og kræver oftest en basisviden for at være effektiv nok til at kunne være borgeren til gode. Samtidig er de fokuserede på sociale medier, hvilket ikke er bredt nok. For at forstå personlige informationers rækkevidde må individer få en forståelse for hele systemet de indgår i. ”*Personal data literacies should should aim to build awareness of the social, political, economic and cultural implications of data, as well as cultivating the metaphorical ‘space’ to reflect critically on these processes.*” (Pangrazio & Selwyn, 2019, s. 426). Den datalitterære borger skal altså have en holistisk forståelse for hvad deres personlige informationer kan bruges til, hvem de gives til, og hvordan det kan påvirke dem og deres samfund politisk. Det er dog ikke deres mål at lægge bund til en normativ praksis i personlig informationsmarkedet, men blot at informere brugere om hvad deres informationer bliver brugt til, og består i. Dog har de forslag til hvordan fremtidens datalæsefærdighed kunne se ud. Hvor

undervisning ikke kun vil informere individer om deres egen information, men også hvordan kollektiv forhandling for brugsregler kan være langt mere effektive end individuelt.

For end stor del af teorierne er det altså evnen til at navigere i informationsmarkedet der er relevant. Reguleringen vil ske ved at give borgere den nødvendige uddannelse til at håndtere deres informationer på konstruktiv vis, i stedet for at forbyde et marked som nogle individer kunne have fordel af, under de rette omstændigheder. Den holdning stemmer overens med tidligere gennemgået markedsteori, hvor kapaciteten til at interagere på lige fod er den vigtigste del af at regulere et noxious market. En regulering kunne altså starte i en uddannelse af borgerne til at kunne håndtere deres informationer. Og derefter potentielt regulere i hvilken grad private virksomheder skal have adgang til deres brugeres privatliv.

Undersøgelsen af markedet i personlige informationers moralske tilladelighed tager en anden form ved Mainz. Hvor specifikt argumentet for afskaffelse af personlig informationsmarkedet på baggrund af udnyttelse af svagere stillede borgere bliver afvist. Den afvisning grunder i et problem med en af præmisserne i argumentet at handel med personlig information skal forbydes grundet udnyttelse. Præmissen siger at for profit markeder i personlige informationer kun er moralsk tilladelige hvis de ikke udnytter fattige, hvilket leder til problematiske uligheder. Anden præmis siger at for profit markeder i personlige informationer udnytter fattige, og dermed leder til problematiske uligheder. Derfor er markeder i personlige informationer ikke moralsk tilladelige. Afvisningen af argumentet som helhed bunder i en skepticisme af første præmis. ”... *in the refutation of premise 1, I try to show that markets as such in personal information are not morally impermissible, even if they involve exploitation of poor people.*” (Mainz, 2020, s. 5).

Afvisningen starter i en sammenligning med argumentationen omkring markeder i organer. Hvis problemet i organmarkedet er at det udnytter fattige fordi de ikke har andre muligheder, er det kontra-intuitivt at fjerne muligheder. Og hvis udnyttelse er hovedbekymringen i et sådant marked, kan det give større problemer at forbyde det helt. Ved en øgning i ulovlige markeder, oftest med langt værre vilkår end et lovligt marked. Nogen adgang til organer er bedre end ingen adgang til organer, selv hvis den adgang kommer an på tilgængelige ressourcer. Der er ikke nogen umiddelbar relevant moralsk forskellighed mellem organ- og informationsmarkeder, som kunne forklare hvorfor det ene skulle være lovligt, og det andet ikke skulle. Det samme kan siges om sweatshops, hvor alternativet til at arbejde i en sweatshop kunne være værre end arbejdet. Og når alternativet er at der ikke bliver tilbudt dem noget overhovedet, kan det argumenteres at dem som tilbyder den form for arbejde, gør mere end resten af

os. Der er igen ikke nogen umiddelbar relevant moralsk forskel som kunne forklare hvorfor den ene skulle være tilladt, og ikke den anden. De sammenligninger peger på moralske ligheder mellem disse markeder. Selv hvis de markeder leder til ulighed grundet udnyttelse er det ikke ensbetydende med at de skal forbydes. Det kan også pointeres at et marked i personlig information ikke nødvendigvis leder til udnyttelse og ulighed. Regulering af sådanne markeder kan løse de fleste, hvis ikke alle, indvendinger som måtte opstå (Mainz, 2020, s. 6 – 8).

”If we can fine-tune markets to avoid exploitation and inequality, then it is the exploitation and inequality that might be morally impermissible, not the markets as such in which it occurs. In other words, it is not the exchange in itself, of money or goods for personal information that can make the market morally impermissible.” (Mainz, 2020, s. 8).

En regulering der kunne løse udnyttelse i informationsmarkedet kunne være en minimumsindtægt for at deltage i markedet, et loft på hvor meget der kan tjenes på det, eller begge dele samtidig.

En indvending mod markeder kunne være at give mulighederne til folk som ellers ikke har andre, kunne gøre større skade for dem end hvis de ikke havde den mulighed. Hvor det i nogle tilfælde kan gøre det sværere at vælge gode alternativer. Det er ikke i dette tilfælde udnyttelsen i markedet der skader individet, men muligheden for at deltage i markedet overhovedet. Da hvis muligheden er der, kan andre systemer ændre sig i respons så deres standpunkt bliver forværret (Rippon, 2014, som citeret i Mainz, 2020, s. 11 – 12).

Regulering kan også løse denne indvending, hvor en bestemmelse af hvilke individer der må deltage, under hvilke forhold. Hvor deltagere nu kan have gode af markedet, uden at individer så dårligt stillede at de ville blive skadet af muligheden kan. Samtidig kan vurderingen af hvorvidt et marked er moralsk tilladeligt blive påvirket af fordomme omkring det marked, baseret på hvordan informationen bliver præsenteret. Hvis markedet i organer var lovligt i forvejen, ville diskussionen nok være fokuseret mere på hvordan vi undgår skade, end hvorvidt det skal forbydes (Mainz, 2020, s. 13 – 15).

Da informationsmarkedet er noxious, som fastslået i afsnit 4 vil regulering være nødvendig. Der er en lang række forslag til hvordan en sådan regulering kunne se ud. Men generelt er litteraturen enig i at selv om markedet i personlige informationer er noxious er det ikke praktisk at forbyde det. Og som set ved Mainz, er nogle af argumenterne for et forbud ikke nødvendigvis uden problemer. Det er dermed et spørgsmål om hvordan informationsmarkedet bør reguleres så det ikke i utilladelig grad

underminerer borgeres rettigheder, deres kapaciteter som demokratiske individer, og deres evne til at interagere med hinanden på lige fod.

Umiddelbart ser det ud til at starten på løsningen ligger i den basisuddannelse som en borger skal have for at kunne begå sig demokratisk. *"Now more than ever, individuals need tools and resources to help them to continue to develop critical understandings of personal data and the data assemblage."* (Pangrazio & Selwyn, 2018, s. 433). Det stemmer overens med ideen om borgeren som ligeværdig i sine kapaciteter til at begå sig demokratisk (Satz, 2010). Og giver muligheden for at forstå hvordan individet kan beskytte sine informationer (Veliz, 2021, Bottis & Bouchagiar, 2018).

Afsnit 6: Vurdering af Argumenter

Først er baggrunden i undersøgelsen baseret på hvorvidt markedet opfylder Satz (2010) kriterier for at være effektivt, og fremme frihed. Et marked i personlige informationer kan godt opfylde effektivitetskriteriet. Markedet har mulighed for at regulere sig selv til den mest effektive fordeling af informationer, og en vurdering af værdien af de informationer som de handler med. Umiddelbart vil jeg argumentere at det ikke var tilfældet da markedet opstod, da hele processen omkring indsamling og analysering af de informationer blev hemmeligholdt fra alle som ikke var udviklerne. Der er måske et forspring fra giganternes side, men de bliver stadig nødt til at følge markedstrends, ellers vil de miste profit. Informationsmarkedet kan sagtens være Pareto optimalt som det er nu. Frihedskriteriet er mere op til debat. Hvis formålet er at skabe flere muligheder for individer som vil interagere med markedet, kan det siges at informationsmarkedet opfylder den rolle. Problemet er dog at det ikke opfylder ret mange af de andre facetter som kunne gå ind under frihed. For eksempel fremmer visse algoritmer diskriminering på baggrund af bopæl. Så markedet opfylder ikke dyderne som blev sat op for hvorvidt et marked var godt i første omgang.

Asymmetri i information, og hvordan for meget viden kan forringe evnen til at tage en beslutning er et interessant krydsfelt. På den ene side ser vi gerne at borgere har så meget information som muligt, så de kan tage informerede beslutninger i henhold til frihedsdyden ved Satz (2010). Men samtidig kan det også være tilfældet at for mange valgmuligheder kan hæmme handlingskraften. Generelt vil man forbinde mere information med større mulighed for at handle i sin bedste interesse. Men i informationsmarkedets tilfælde er det ikke nødvendigvis sandt. Hvis det ikke er klart hvilket alternativ er det bedste, eller man ikke har den nødvendige viden til at navigere nuancerne.

Afvisningen af udnyttelsesargumentet for den moralske utilladelighed af markedet i personlig information afslører en interessant vinkel på markedsetik. At argumentere ud fra at nogen adgang er

bedre end igen adgang er interessant da det åbner for en del mere fleksibilitet i hvordan markeder kan være tilladelige. Den hårde moralske stilling at hvis et gode som skal reguleres, ikke kan fordeles lige-ligt må det forbydes lukker for ret mange muligheder som individer ellers kunne have haft udbytte af. Forskellen må ligge i forståelsen for hvad der vil være moralsk korrekt i den gældende situation. Hvor den hårde principielle markedsmoralist nok ville foreslå enten et lotteri, eller frivillig donation. Åbner der sig i tilladelsen af et organmarked en mulighed for svagere stillede at forbedre deres omstændig-heder. Pointen omkring at gøre noget er bedre end at gøre intet rammer forholdsvis godt hvor min indvending er i forhold til Véliz og hendes afskaffelse af informationsmarkedet. Hvis vi kan komme videre fra udnyttelsen ved at undervise borgere i den nødvendige viden, og regulere metoderne hvorpå tech-virksomheder tilgår vores informationer. Hvorfor skulle individer så ikke have lov til at tjene på deres genererede informationer? Jeg kan ikke se at det skulle være et problem at give individer med tilstrækkelige kapaciteter til at forstå hvad de går ind til muligheden for at deltage i det marked. Umid-delbart kan den tankegang også forenes med Baker, hvor den interpersonlige etik er for høj en bar at sætte markeder op mod. Så virksomhedsetik kunne sænke baren til et punkt hvor markeder som i øje-blikket er ulovlige bliver genovervejet.

Den totale afskaffelse af markedet i personlig information som Véliz foreslår, kan dog også være ud fra et syn hvor det er umuligt for et individ at vide hvordan de informationer bliver brugt. I det tilfælde vil jeg være mere åben for hendes løsning. Hvis det ikke er muligt at regulere markedet til et punkt hvor det ikke er noxious. Er det et spørgsmål om hvor noxious et marked vi vil tolerere. Det er et spørgsmål om grader af noxiousness. Som markedet er eksemplificeret i Véliz er der ingen tvivl om at der skal gøres noget. Dog er jeg ikke enig i at et totalt forbud er den eneste løsning på problemet. Som tidligere sagt er det oftest ikke markedet i sig selv der bliver beskrevet som værende problematisk. Men et led eller to derfra. Indsamlingsmetoderne, dataficeringen, analyseringen af tendenser som kan være diskriminerende (Satz, 2010).

Konklusion

Markedet i personlig information er opstået på præmisser som ikke har været specielt moralsk tilladelige. Googles forretningsmodel har været en hemmelighed under hele opstanden af informati-onsmarkedet. Facebooks skyggeprofiler på ikke-brugere er i samme kategori. Bekymringer om retten til privatliv blev fejlet væk under en sikkerhedspanik efter 9/11. Men efter en årrække er det personlige datamarked igen blevet sat i fokus. Forsøg på reguleringer ved GDPR-lovgivning, og genoptagning af litterære diskussioner om den moralske tilladelighed af det marked som tech-giganter er bygget på er blusset op igen. Med fokus i markedsteori af Satz, med understøttelse i en gennemgang af 'the data

economy' ved Véliz, har denne opgave forsøgt at besvare hvorvidt markedet i personlige informationer kan eksistere på moralsk tilladelig vis. Opgaven konkluderer at det er en mulighed, hvis markedet bliver reguleret til en grad hvor det ikke længere underminerer borgeres evne til at interagere med hinanden ligeligt i et demokratisk samfund. Den regulering kunne starte i en generel adgang til tilstrækkelig information om hvad ens data bliver anvendt til, og i hvilke sammenhænge. Men også en udvikling af evnerne til at interagere med en information på en konstruktiv maner for den enkelte borger. Dette vil kræve at borgeren har adgang til en tilstrækkelig uddannelse på området til at vedkomne kan tage informerede beslutninger om markedet for sig selv, i overensstemmelse med sin autonome vilje.

Litteraturliste

- Baker, J. (2017). Online Data Privacy and the Justification of the Market. In: Taddeo, M., Floridi, L. (eds) *The Responsibilities of Online Service Providers. Law, Governance and Technology Series*, 31. https://doi.org/10.1007/978-3-319-47852-4_19
- Bottis, M., & Bouchagiar, G. (2018). Personal data v. big data: Challenges of commodification of personal data. *Open Journal of Philosophy*, 8, 206-215. <https://doi.org/10.4236/ojpp.2018.83015>
- Mainz, J. T., (2020). Are markets in personal information morally impermissible? *Journal of Information Ethics*.
- Pangrazio, L., & Selwyn, N. (2019). 'Personal data literacies': A critical literacies approach to enhancing understandings of personal digital data. *New Media & Society*, 21(2), 419-437. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444818799523>
- Pham, A., & Castro, C. (2019). The moral limits of the market: The case of consumer scoring data. *Ethics and Information Technology*, 21, 117-126. <https://doi.org/10.1007/s10676-019-09500-7>
- Satz, D. (2010). *Why some things should not be for sale. The moral limits of markets*. Oxford University Press.
- Søe, O. S., Jørgensen, R. F., Mai, J. (2021). What is the 'personal' in 'personal information'? *Ethics and Information Technology*, 23, 625-633. <https://doi.org/10.1007/s10676-021-09600-3>
- Véliz, C. (2021). *Privacy is Power. Why and how you should take back control of your data*. Melville House.