

BØRNETJENESTER

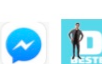
Tænkehandletanken DataEthics.eu har analyseret en række tjenester rettet mod børn. Det være sig danske og globale tjenester, det være sig webbaserede og app-baserede. Følgende tjenester er omfattet analysen:

- LEGO
- EduLab
- Momio
- musical.ly
- Facebook
- Instagram
- Steam
- Youtube
- SnapChat
- DR Ramasjang/Ultra
- MyMonii
- Google G Suite Classroom
- Microsoft Education
- Disney

Vi har primært analyseret det, tjenesterne selv fortæller på deres websites om deres praksis. Nogle af dem vi haft direkte kontakt med, andre har vi selv afprøvet.

Dette skal ikke ses som blåstempling af nogle tjenester fremfor andre men som et forsøg på at gøre børn, forældre, skolelærere, og andre ansvarlige voksne opmærksomme på tjenesternes data(mis)brug, så de selv kan tage stilling til, hvilke tjenester, de ønsker at bruge - og hvordan.

Af Pernille Tranberg & Mie Oehlenschläeger, marts 2018



Analyse - Børnetjenester - april 2018

Følgende kriterier er brugt i analysen:

God dataetisk praksis er:

- Ingen salg eller deling af børns data til tredjeparter
- Menneskelig moderering af indhold, inden det bliver serveret for børn
- Forældre-samtykke-ordninger
- Ikke-manipulerende adfærdsdesign

Dårlig dataetisk praksis er:

- Direkte salg til og deling af børns data med tredjeparter via fx tredjepart cookies
- Ingen samtykke-management
- Uforståelig kommunikation
- Manipulerende adfærdsdesign

I gennemgangen af alle tjenester stod det klart, at LEGO og Edulab har valgt at beskytte børn maksimalt, hvorfor de er rollemodeller, og deres adfærd har dannet baggrund for udvikling af sammenligningskriterierne og benchmarking op imod alle de andre.

Edulab & LEGO (dk)

De to tjenester sælger ikke data til tredjeparter, har ingen tredjepart-cookies på sites, hvor børn færdes, og de afholder sig fra at bruge Facebook Connect og andre SoMe-plug-ins. Altså ingen profilering af børn. Begge har forældre-samtykke-ordninger og tager ansvar for deres underleverandører med lovpligtige databehandleraftaler og ved at stille samme dataetiske krav til dem, som de stiller til sig selv. Data lagres i Europa. LEGO har fravalgt Google Analytics (som er 'gratis', fordi man i stedet 'betaler' med sine kundedata). Edulab dataminimerer (ønsker fx ikke CPR-data fra Undervisningsministeriet) og i et Facebook-retargetting forsøg sikrer de, at ingen under 21 år modtager deres reklamer. LEGO modererer indhold, inden det lægges op på LEGOS sociale medie platform, som iflg Wired er et '[social network for kids that is not creepy](#).' Lego opfordrer desuden børn til brug af pseudonymer. Begge har ansvarlige retningslinjer mod manipulerende spil og tjenester.

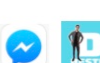
Momio (dk)

÷ Enhver kan logge på og lade som om, man er et barn. Ingen forældresamtykke, men en opfordring til, at børnene skal læse betingelserne sammen med deres forældre. Ekstremt manipulerende adfærdsdesign med konstante opfordringer til at deltage i konkurrencer og køb af virtuelle ting (samt sandsynligvis ulovlig brug af forhånds-tickedede boks om at sende reklamefri tips). Brug af cookies (kunder kan betale sig for reklamefrit men ikke cookies-frit) og kun delvis menneskelig moderering.

+ Samtykkeregler kommer til maj pga. GDPR. Kort og nem (men ikke fyldestgørende) kommunikation. Udover delvist menneskelig moderering har de også automatisk tjek af potentielt stødende indhold.

Musical.ly (kina)

÷ Siger man skal være 13 for at bruge tjenesten, men de gør intet for at tjekke alder. Således behandler tjenesten børns data som voksnes velvidende, at der er mange børn



Analyse - Bjørnetjenester - april 2018

blandt deres brugere. De tvinger til brug af eget navn og ægte data med en real name policy. Har brug af cookies, og alt er tracking by-default, incl. lokation. De har også manipulerende adfærdsdesign med 'gift point program' og egen valuta. Og absolut ingen moderation, før det kom frem, hvad der lå af grufuldt indhold på deres platform, og de derefter begyndte at se på problemet (jvf artikel: [Porn is not The Worst Thing on musical.ly](#)).

+ Det er muligt at få en privat profil, hvor data behandles på din gadget; on-device-processing, og de har gode community guidelines.

Facebook & Instagram (us)

÷ Siger man skal være 13 for at bruge tjenesten, men de gør intet for at tjekke alder. Således behandler tjenesten børns data som voksnes velvidende, at der er mange børn blandt deres brugere. Brug af cookies, og alt er tracking-by-default, incl lokation. Ekstremt manipulerende adfærdsdesign. Modererer primært indhold ved flagging fra andre brugere (modereret af underbetalte moderatører udenfor Europa og USA) og egne automatiske systemer.

+ Man kan [downloade sine data](#) og se, hvor meget man giver væk. Generel god kommunikation om, hvor meget man giver væk på trods af lang privacy policy. Dog er det umuligt at tjekke, om de fortæller alt, hvilket noget tyder på, de ikke gør. Lancerede [Facebook for Kids](#) december 2017. Dette har mødt bred kritik fra mange, som ikke mener, at børn skal kommunikere via sociale medier - særligt dem med en forretningsmodel, som er funderet på overvågning og adfærdsdesign.

Steam (us)

÷ Siger man skal være 13 for at bruge tjenesten, men de gør intet for at tjekke alder. Således behandler tjenesten børns data som voksnes velvidende, at der er mange børn blandt deres brugere. Man er public-by-default (ikke-privat standardindstilling) og skal selv aktivt vælge, hvis man vil være privat.

+ Tilbyder forældrekontrol med Steam Family View og appellerer til forældre om at tage ansvar.

YouTube (us) (Ejet af Google)

÷ Siger man skal være 13 for at bruge tjenesten, men de gør intet for at tjekke alder. Således behandler tjenesten børns data som voksnes velvidende, at der er mange børn blandt deres brugere. Youtube kritiseres for at servere [grufuldt og ofte radikaliserende indhold](#). Svære brugerbetingelser, der er pakket ind i, at alt de gør, er for brugerens skyld. Alt er public-by-default og data indsamles massivt. Manipulerende design med for eksempel autoplay.

+ Efter [pres begynder](#) de at moderere lidt mere. De har Youtube for Kids med [god privacy policy](#), som dog appellerer til en meget lav aldersgruppe (før skolealder).

SnapChat (us)

÷ Siger man skal være 13 for at bruge tjenesten, men de gør intet for at tjekke alder. Således behandler tjenesten børns data som voksnes velvidende, at der er mange børn blandt deres brugere. De indsamler alle tænkelige former for data. Alt er tracking by-default, dog ikke den lokations-feature, som kan vise, hvor vennerne er i realtid, men mange børn siger ja, fordi det er sjovt. Alle kan tilgå kortet (SnapMap) med offentlige



Analyse - Børnetjenester - april 2018

snavs fra almindelige browsere, så der bør være en meget seriøs advarsel mod denne feature. De har adfærdsmanipulerende filtre direkte målrettet børn og manipulerende adfærdsdesign med 'streaks', så børnene 'passer' hinandens telefoner (svarede man ikke indenfor 24 timer, ryger der points)

+ De fortæller åbent og forståeligt om deres indsamling af data, selv om deres narrativ 'Vi passer godt på dig og dit privatliv' ikke passer til deres faktiske ageren.

DR Ramasjang og Ultra (dk)

÷ Indsamler og afgiver data til 3. parter via cookies og deler dermed data om børn fra dr.dk/ramasjang (hvor målgruppen er 3-6 årige). DR Ultra (målgruppen 7-12 årige) har egen Youtube-kanal, selvom man skal være 13 år for at være på Youtube.

Kommentarerne på Youtube-kanalen modereres efter DR's egne regler. DR Børne MGP (der også henvender sig til børn under 13 år), har også egen Youtube-kanal.

+ DR har strammet op i løbet af de sidste par år. På den underside på dr.dk/Ramasjang, hvor der er Instagram-logo, står der eksempelvis, at det er til forældrene. Siderne er annoncefri og dermed et godt alternativ til de mange reklame-fyldte andre platforme

MyMonii (dk)

+ MyMonii bruger ikke tredjeparts cookies og sælger ikke adgang til brugeren - og er dermed også annonce-frit. Ingen manipulerende adfærdsdesign.

Google Classroom (us)

Kerneydelse i G Suite Classroom pakken er Gmail, Kalender, Classroom, Kontaktpersoner, Drev, Docs, Analyse, Grupper, Sheets, Slide, Hangouts og Chrome

÷ Deres privatlivspolitik er meget svær at overskue og forstå. Herunder er det uklart, hvad de data, der indsamles fra brugerne, bliver brugt til samt hvem, der får adgang til dem.

+ Google G Suite indeholder ikke annoncer og Google siger, at de ikke sælger brugernes data til tredjemand (Der er pt. retssager mod Google i USA, hvor dette skal undersøges)

Microsoft Education (us)

÷ Det er ikke umiddelbart til at finde en selvstændig databeskyttelsespolitik for Microsoft Education. Man må derfor antage, at Microsoft Education er underlagt Microsofts generiske databeskyttelsespolitik. I så fald betyder det, at Microsoft bruger tredjeparts-cookies samt indsamler og sælger data ifm. annoncer.

+ Til forskel fra Google bruger Microsoft ikke data fra fx mails, chatbeskeder, videoopkald eller talebeskeder, dokumenter eller billeder til at målrette annoncer.

Disney (us)

÷ Skriver åbent, at de indsamler data fra børn, men det er svært at forstå, præcist hvad de bruger dem til og gør med dem. I USA er Disney anklaget for salg af børns data uden forældresamtykke. Disney har forskellige grader af forældresamtykke tilknyttet deres forskellige features og apps, og det er svært at overskue, hvad der skal gives samtykke til og hvornår.

+ De giver gode, mere generelle råd til, hvordan man beskytter sin identitet online og understreger, at børn ikke skal udlevere personlige informationer i deres brugernavn.



ANBEFALINGER

På baggrund af ovenstående og særligt den manglende beskyttelse af børns data, som karakteriserer hovedparten af de undersøgte tjenester, har vi opstillet følgende anbefalinger.

Anbefalingerne kan benyttes som tjekliste og inspiration til at forbedre tjenester, der retter sig mod børn, og mindske risikoen for at udsætte børn for profilering, indsigt i deres aktiviteter online og salg af deres data.

Privacy-by-default. Tjenester målrettet børn - eller som bruges af børn i stor stil - bør altid være private-by-default. Det betyder, at som udgangspunkt skal intet være offentligt som standardindstilling. Brugeren skal som udgangspunkt ikke kunne trackes. Dermed skal børnene ikke selv opte ud - det gør de færreste - men opte ind, hvis de (deres forældre) er ok med at blive tracket.

Ingen profilering. Børnetjenester bør afholde sig helt fra at profilere deres brugere. Altså ingen tredjepart-cookies. Ingen Facebook Connect eller andre So-Me plugins. Ingen Google Analytics. Og ingen identificerbar dataopsamling. Her burde det offentlige med DR i spidsen vise vejen og stoppe alle former for opfordringer til deling af data på sociale medier, der tracker børn, og i stedet selv udvikle en platform for dialog blandt børn, som LEGO har gjort det.

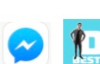
Ingen Facebook o.lign i skolerne. Mange skoler bruger Facebook til at kommunikere lærerne imellem og med børnene. Det bør ikke ske. Og når Aula er lanceret er der et godt alternativ til Facebook. Facebook oplever stigende upopularitet, bl.a. fordi børn forlader den eller er inaktive, fordi deres forældre og bedsteforældre er der. Facebook anklages for ulovlig brug af data i bl.a. Tyskland. Desuden skal man huske ikke at bruge for mange ressourcer på at bygge noget op på SoMe, da mange af dem er midlertidige platforme, hvor man så heller ikke har kontrol over data. SoMe, der lever af persondata på den måde Facebook gør, bør bruges meget varsomt af ansvarlige myndigheder og private virksomheder og organisationer.

Samtykkealder. Børn ned til 7 år bør inddrages og bekræfte forældres samtykke til brug af billeder af dem (som i Norge¹). 13 år er en egnet samtykke-alder i forhold til SoMe, hvis forældrene samtidig rådgives til ikke at sende deres børn ud på SoMe, før de er 13 år samt rådgives om løbende at være aktivt deltagende frem til barnet er 15 år. Tjenester, der målrettes børn under 13 år, bør have samtykke-software, så man er sikker på, at forældrene har accepteret barnets aktivitet.

Digital identitet. Børn under 13 bør rådes til bruge pseudonymer, når de er online - som fx LEGO og tyske myndigheder anbefaler² -, hvis de er nødt til at skabe en profil på en privat

¹ Guro Skåltveit, Norsk Datatilsyn, interviewet feb 2018

² Marit Hansen, Unabhængiges Landeszentrum fuer Datenschutz Schleswig-Holstein interviewet feb 2018



Analyse - Børnetjenester - april 2018

kommerciel platform. Både af hensyn til fysisk beskyttelse, men også for at 'gemme' deres eget navn til de forstår, hvad det vil sige at være et offentligt menneske, som de er på SoMe. Installering af VPN på børns gadgets er også et godt råd.

Moderation. Al indhold målrettet børn under 13 år bør modereres af mennesker, evt. i kombination med maskiner.

Forældre. Det er vigtigt, at forældre er rollemodeller og rådgives til at undgå deling billeder af deres børn, da disse har ret til et privatliv og til at vælge, hvad der ligger offentligt tilgængeligt om dem.

Andre tiltag, som DataEthics mener, at der er behov for:

Beskriv eller **oversæt børnetjenesternes Terms of Conditions** på en forståelig måde som UK Child Commissioner har gjort det, fx med SnapChat, Instagram og Youtube.

Udvikl oplysningssider som fx **dubestemmer.no** eller oversæt det til dansk. Værktøjet er udarbejdet af Datatilsynet i Norge, som accepterer oversættelse og brug i andre lande. Anvend beskyttelsesværktøjer som dem, vi har nævnt her; dataethics.eu/selvforvar. En opdatering af EMU's redskab vill være også være relevant [her](#).

Etablér en digital **børneombudsmand** i Danmark som de har i UK³ og i Irland⁴, der især har fokus på databeskyttelse, sikre digitale miljøer for børn, psykologiske faktorer og markedsføringslov.

Stil generelt **større og flere krav** til beskyttelse af børns data hos de software- og teknologiudbydere, der samarbejdes med

³ Children Commissioner England interviewet feb 2018

⁴ Ombudsman for Children's Office i Irland interviewet feb 2018

