



# Data-etikk

Aksel Braanen Sterri

---

*HON2200, Februar 2023*



# Før vi starter

---

- ❖ Oppgave: Skriv en kronikk, max 3500 tegn, basert på temaer vi har diskutert i disse forelesningene.

# Det store bildet

---

- ❖ Algoritmer og data kan (i teorien) deles med alle og skape enorm økonomisk vekst og andre goder.
- ❖ Men kan også gi en vinneren tar alt-logikk, monopoldannelser, problemer med privatliv, manipulering osv.
- ❖ Hvem skal eie dataene? Hvem skal kontrollere dem? Og hvem skal kompenseres for bruken?

# Hva er data?

- ❖ Data er informasjon som kan kvantifiseres, gjøres tilgjengelig for analyse.
- ❖ Informasjon om fødselsdag, navn, kjønn osv., bilder, videoer, kompliserte tekster.
- ❖ Data er kjernen i den digitale økonomien. Bensinen algoritmene går på.

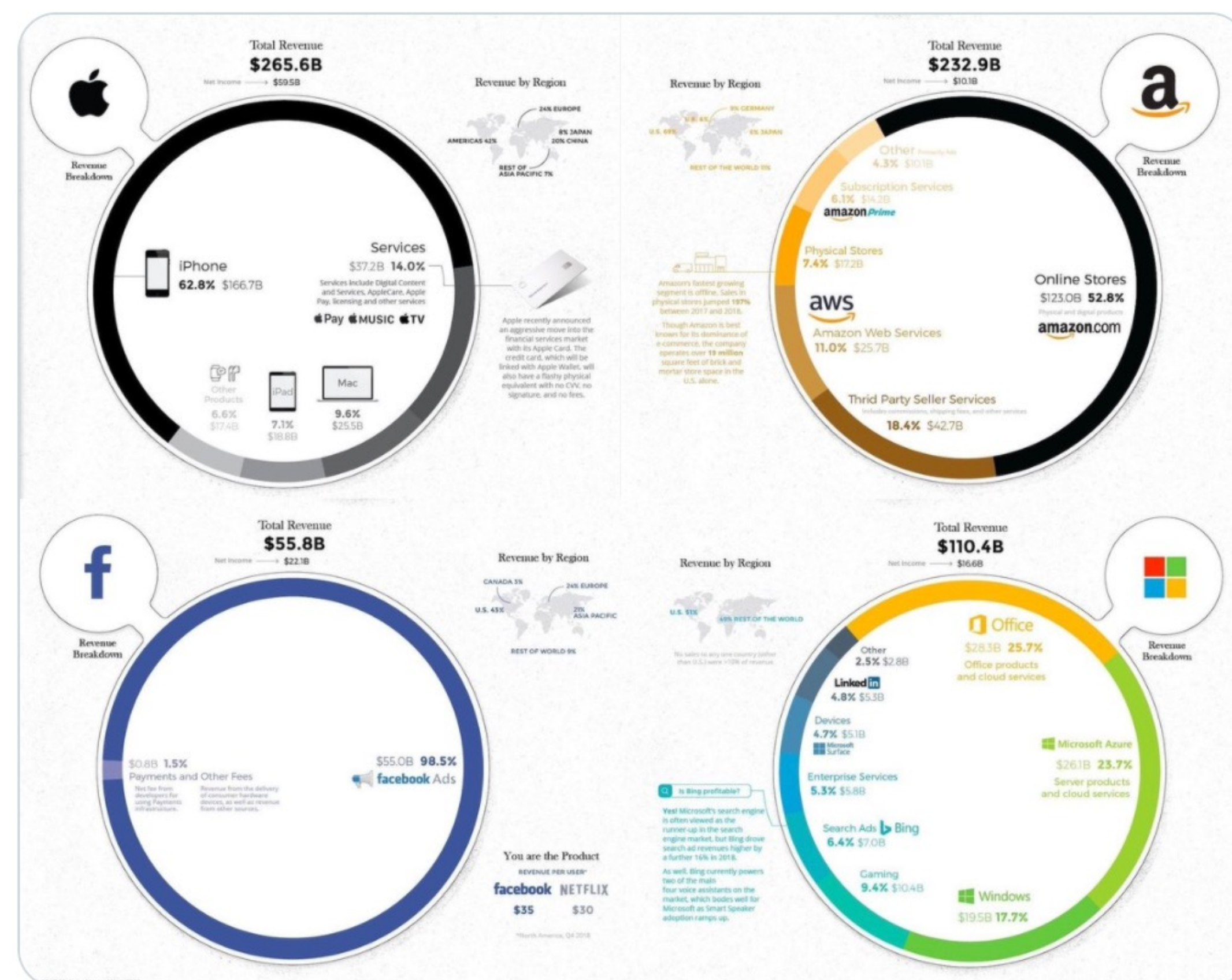


Ethan Mollick @emollick · Feb 4

Everything about the tech giants becomes much clearer when you look at what they really do:

- 🍏 Apple is mostly an iPhone company
- 👍 Meta is 99% an advertising company
- 🔍 Google is 85% advertising
- 🛒 Amazon is mostly a store & marketplace
- 💻 Microsoft is diversified

from @VisualCap



4

66

315



# Data-økonomien

---

- ❖ Sosiale medier, Google, YouTube (eid av Google)
- ❖ Kombinerer sosialisme og kapitalisme.
- ❖ Du er produktet. Selskapene selger «human futures»
- ❖ Ved vår atferd skaper vi data.
- ❖ Data som brukes til å skape kunstig generell intelligens.
- ❖ Er ikke dette snakk om en gjensidig bebyrdende avtale inngått av informerte kunder?

- 
- ❖ Er det noe feil med påstanden om at vi har en gjensidig bebyrdende avtale?

# Hva bygger ideen på?

---

- ❖ Informerte, rasjonelle aktører
- ❖ Som tar valg på egne vegne
- ❖ Kostnader og byrder faller på de som velger.
- ❖ Kort sagt: det autonome, atomistiske, rasjonelle mennesket.

# Markedssvikt

---

- ❖ Uinformert (autonomi)
- ❖ Manipulert (autonomi)
- ❖ Hvis en part kan bestemme vilkårene pga. sterkere forhandlingsmakt (autonomi)
- ❖ Overproduksjon av negative eksterne virkninger (atomisme)
- ❖ Underproduksjon av positive eksterne virkninger (atomisme)
- ❖ Fravær av rasjonalitet?



# Manipulert

---

- ❖ Vi tror vi er «voksne» med kontroll over sinnet vårt, men vi manipuleres av stadig smartere maskiner som trykker på emosjonelle knapper.
- ❖ Midt mellom interaksjoner du har med de du kjenner er det en kommersiell mellommann.
- ❖ Er vi hjelpesløse i møte med maskinene?



How do you ethically steer the thoughts and actions of two billion people's minds every day?

Tristan Harris

# Grunnleggende filosofisk problem

---

- ❖ Carissa Veliz: Bekymret for at algoritmene truer vår frie vilje.
- ❖ De to forståelsene av mennesket. Dyret og det Gud-lignende.
- ❖ B.F. Skinner og Immanuel Kant

---

❖ Hvordan bør vi håndtere dette?

# Løsninger

---

- ❖ Selskapene må reguleres og regulere seg selv
- ❖ Skatt på data
- ❖ Forby «targeted ads» og «targeted sales»
- ❖ Forby salg av »human futures«

## Zoom Censors Online Session on Zoom Censorship

By [Justin Weinberg](#).

October 26, 2020 at 4:00 am



"We Will Not Be Silenced," an academic webinar about Zoom's decision to cancel an earlier academic webinar, was canceled by Zoom.

# Mange interesser

---

- ❖ Privatliv-interesser
- ❖ Finansielle interesser
- ❖ Kontroll-interesser
- ❖ Men også «sosiale interesser»: interesser i et velfungerende demokrati osv.

# En løsning?

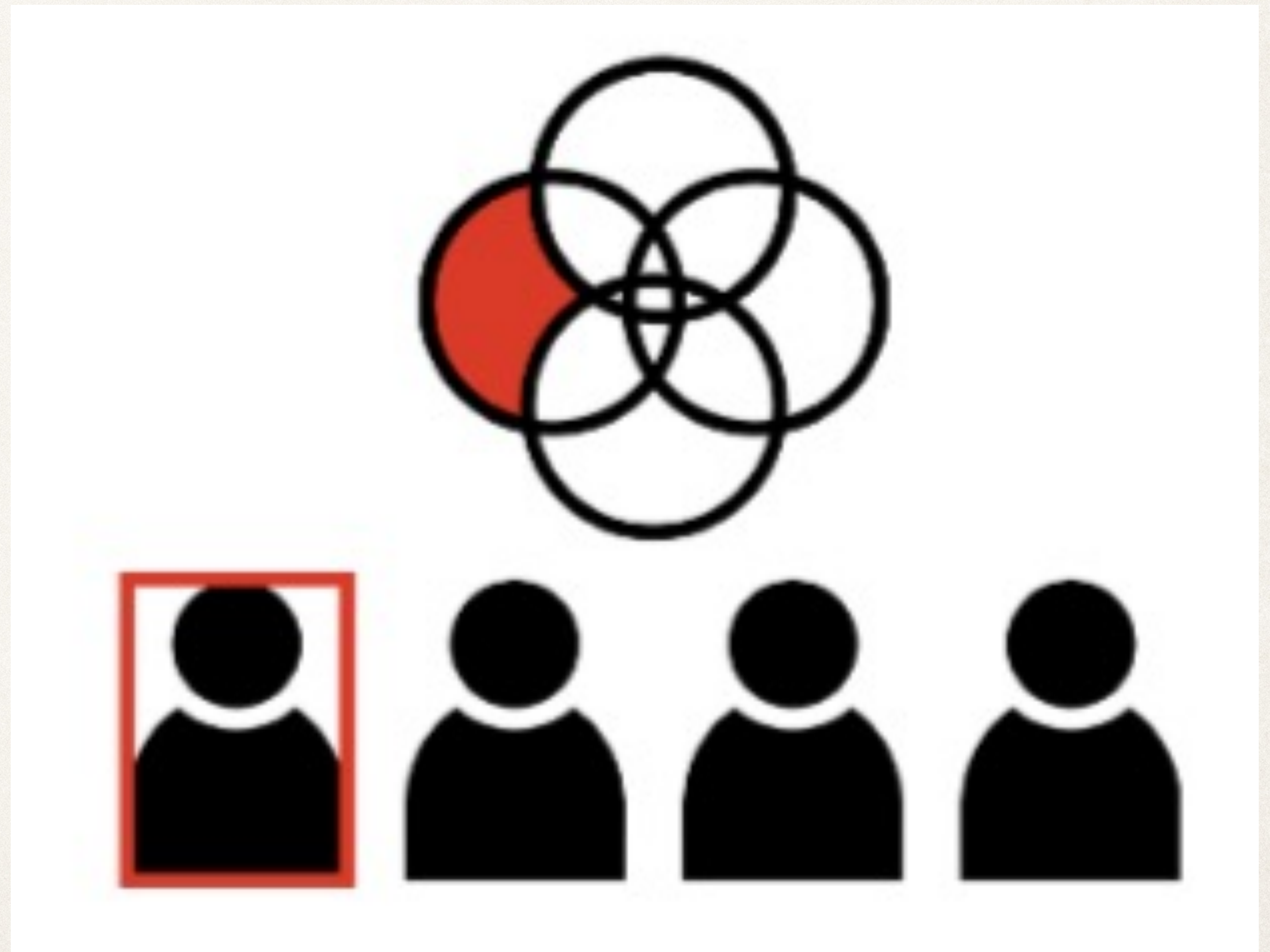
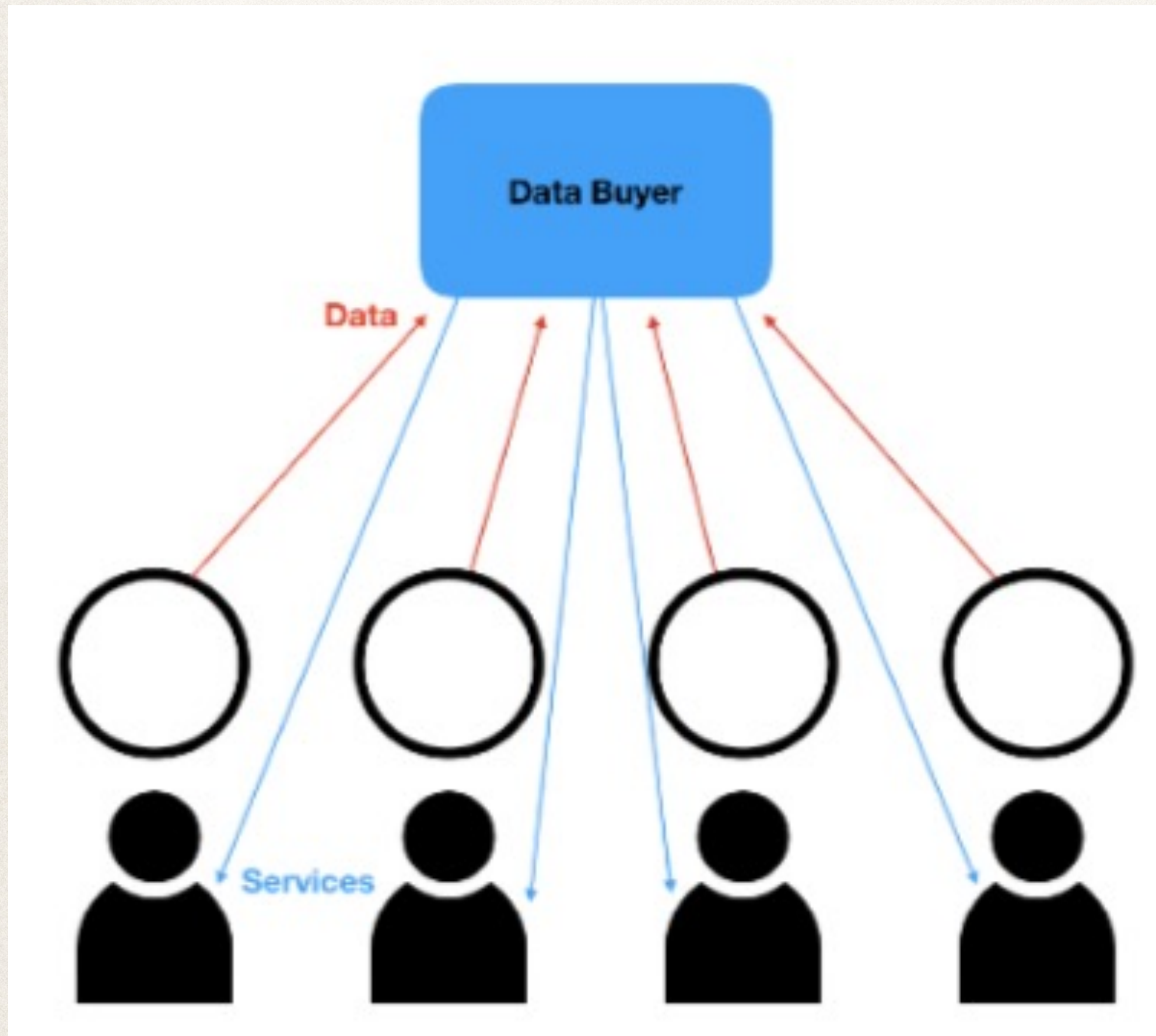
---

- ❖ Data Dignity (Jaron Lanier og Glen Weyl).
- ❖ Data som arbeid
- ❖ Du skal eie dine data. Bestemme når og om de skal brukes og tjene på bruken av dem.
- ❖ Fagforeninger for data for å utjevne maktforholdene.
- ❖ Du betaler for tjenestene.



# Forhandlingsmakt

---



# Uinformert

---

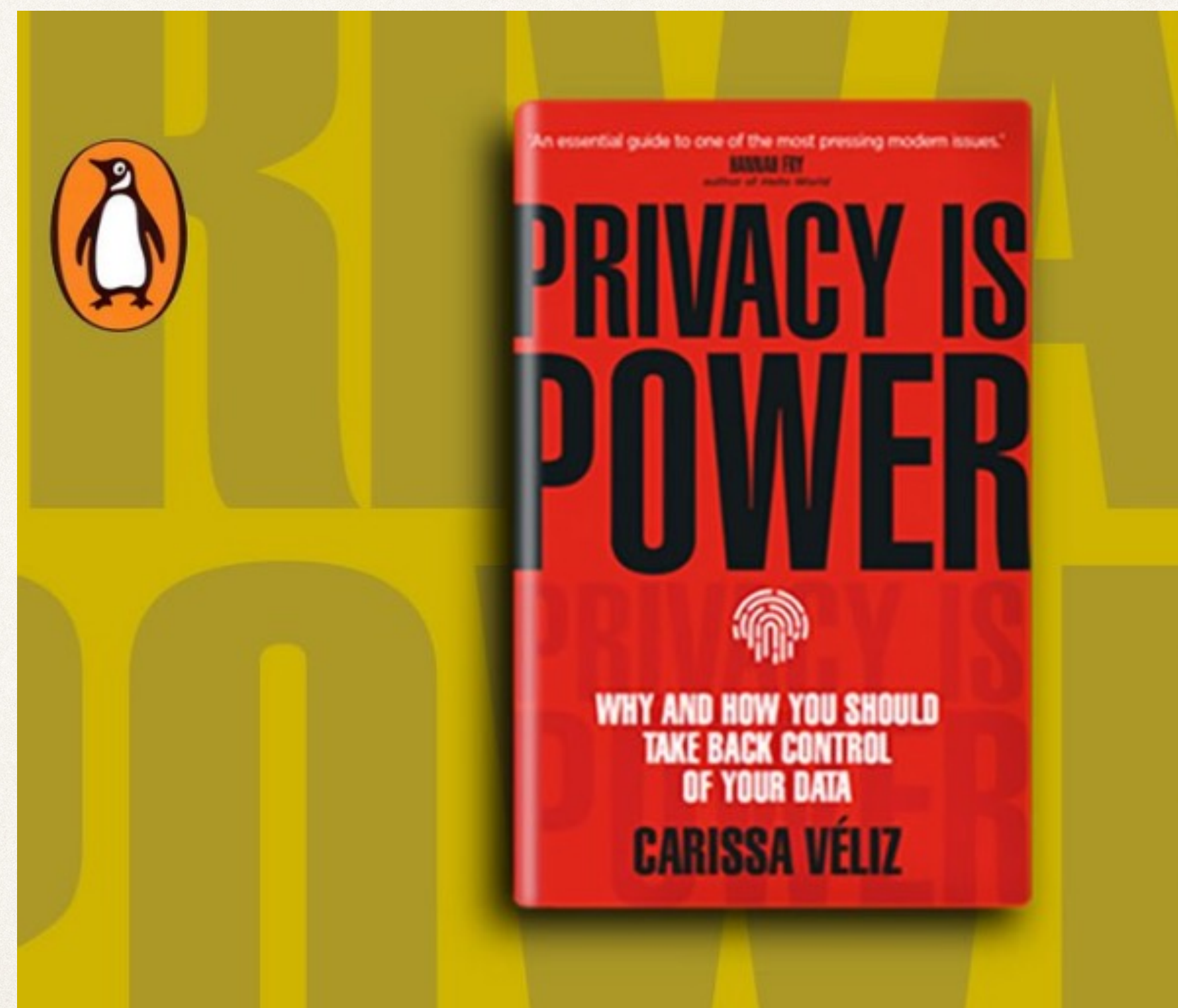
- ❖ Er vi informert om hva denne avtalen går ut på eller inngår vi den uten å vite hva som foregår?



# Maktasymmetri

---

- ❖ Take it or leave it. Trenger ikke være en rettferdig deal selv om det er en deal vi aksepterer.
- ❖ Hvorfor?
  - ❖ Nettverkseffekter
  - ❖ Bedre tjenester fordi de har så mye data
  - ❖ Og ...



# Eksternaliteter

---

- ❖ Når vi selger data, så selger vi også data om andre.
- ❖ Når data selges til aktører som vil intervenere i valg som Cambridge Analytica.
- ❖ Konspirasjonstenkning.
- ❖ Folkemord.

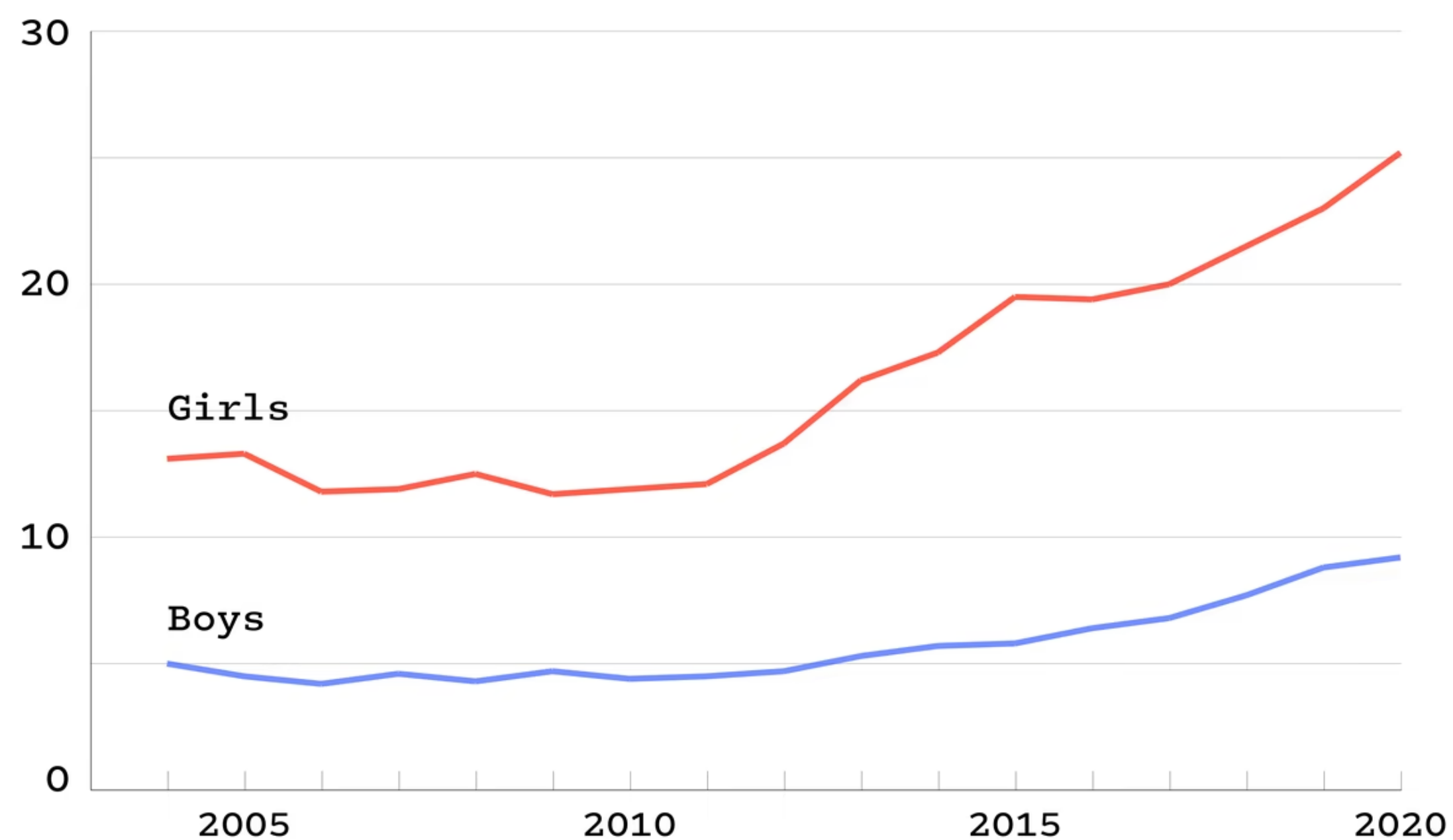
The New York Times

## *A Genocide Incited on Facebook, With Posts From Myanmar's Military*



# Unge som sliter

Percentage of Americans Age 12–17 Who Had at Least One Major Depressive Episode in the Past Year



Source: U.S. National Survey on Drug Use and Health

“Researchers have found corresponding increases in measurable behaviors such as [suicide](#) (for both sexes), and emergency-department admissions for [self-harm](#) (for girls only). From 2010 to 2014, rates of hospital admission for self-harm did not increase at all for women in their early 20s, or for boys or young men, but they [doubled for girls ages 10 to 14.](#)”

Fra Jonathan Haidts artikkel i The Atlantic,  
<https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2021/11/facebook-dangerous-experiment-teen-girls/620767/>

# Data som offentlig gode

---

- ❖ Data er verdifullt for private bedrifter, men data har et mye mer revolusjonært potensial:
- ❖ Data kan brukes av dere uten at det forhindrer meg i å bruke dem. Data er dermed «ikke-rivaliserende».
- ❖ Samme med ideer, forskning og teknologisk know-how.
- ❖ «if selling data increases the rate of creative destruction, firms may hoard data in ways that are socially inefficient.»

## Nonrivalry and the Economics of Data<sup>†</sup>

By CHARLES I. JONES AND CHRISTOPHER TONETTI\*

*Data is nonrival: a person's location history, medical records, and driving data can be used by many firms simultaneously. Nonrivalry leads to increasing returns. As a result, there may be social gains to data being used broadly across firms, even in the presence of privacy considerations. Fearing creative destruction, firms may choose to hoard their data, leading to the inefficient use of nonrival data. Giving data property rights to consumers can generate allocations that are close to optimal. Consumers balance their concerns for privacy against the economic gains that come from selling data broadly.*

(JEL C80, D11, D21, D83, E22, K11, O34)

American Economic Review 2020, 110(9): 2819–2858  
<https://doi.org/10.1257/aer.20191330>