

Digitaliserings- Og
Forvaltningsdepartementet (dfd)
Postboks 8004 Dep
0030 Oslo

Vår ref.
25/1403 - 3

Deres ref

Dato
19.06.2025

Åpent brev til digitaliseringsministeren: Krever utfasing av overvåkningsbasert markedsføring

Vi er en sammenslutning av samfunnsaktører som ber deg gå i bresjen for et forbud mot overvåkningsbasert markedsføring.

Vi trenger teknologi som tjener folk og samfunn på en konstruktiv og bærekraftig måte. Per i dag utvikler mange av de store teknologiselskapene tvert imot tjenester som utgjør en trussel for våre grunnleggende rettigheter.

Felles for skadelige digitale tjenester er at selskapene bak opererer med en forretningsmodell fundert på massiv overvåkning og kommersiell utnyttning av sårbarhet – både hos barn og voksne.

Vår bekymring er at denne modellen vil svekke demokratiet, forsterke ulikhet og sette samfunnssikkerheten i fare.

Vi mener det er på tide å innføre effektiv regulering av digitale tjenester.¹ Vi ber statsråden utforme en forpliktende plan for å innføre et generelt forbud mot overvåkningsbasert markedsføring. Vi ber deg løfte frem saken på nytt – i første omgang i anledning det nært forestående Internet Governance Forum.

Etter vårt syn vil et generelt forbud mot overvåkningsbasert markedsføring styrke etterlevelsen av Norges internasjonale forpliktelser om å sikre barn mot kommersiell utnyttning og andre rettighetsbrudd på digitale flater.² Forslaget har vært på bordet tidligere³ og Stortinget har dessuten bedt regjeringen om å utrede et slikt forbud.⁴

Forretningsmodellen i korte trekk

Den vanligste forretningsmodellen for digitale tjenester i dag er å samle inn store mengder informasjon om enkeltpersoner, for så å eksponere oss for «persontilpasset», «adferdsbasert» eller «overvåkningsbasert» markedsføring. Poenget er å kunne målrette et budskap mot riktig person i det øyeblikket de er mest sårbare for påvirkning. På denne måten tjener selskaper enorme summer ved å samle inn, dele eller kjøpe personopplysninger om oss. Dette kalles gjerne «overvåkningsøkonomien».

Forretningsmodellen gir teknologiselskapene et betydelig insentiv om å holde på brukerens oppmerksomhet så lenge som mulig, slik at hver enkelt legger igjen stadig mer informasjon om seg selv. I praksis gir dette seg utslag i at selskapene utvikler avhengighetsskapende designmekanismer, samt algoritmer som premierer innhold som vekker sinne, avsky og hat – og dermed økt synlighet og engasjement på plattformene.

¹ Se Forbrukerrådets rapporter «Kommersiell utnyttning av barn og unge på nett», 2024, [kommersiell-utnyttning-av-barn-og-unge-pa-nett-komprimert-2.pdf](#) og «Time to ban surveillance-based advertising», 2021, <https://storage02.forbrukerradet.no/media/2021/06/20210622-final-report-time-to-ban-surveillance-based-advertising.pdf>

² Se for eksempel FNs generelle kommentar 25, som tydeliggjør hvordan barns rettigheter skal tolkes på digitale flater.

³ Opprop i 2021, [2021-06-23-brev-overv-markedsf-norske-belsutningstakere-1.pdf](#) // Nobel Fredssenters 10-punktsplan, 2021, jf. punkt 5: «Foreslå umiddelbart lovgivning for å forby overvåkningsbasert reklame, da denne praksisen er fundamentalt uforenlig med menneskerettighetene», <https://www.nobelpeacecenter.org/en/news/nobel-laureates-launched-action-plan-to-support-journalism-and-fight-disinformation> // Personvernkommisjonens flertall anbefalte regjeringen å utrede et generelt forbud, se NOU 2022:11.

⁴ Dokument 8:167 S (2021-2022), Innst. 100 S (2022-2023), [Sak - stortinget.no](#)

Skadevirkningene av overvåkningsøkonomien

Overvåkningsøkonomien bidrar til å skape et fiendtlig digitalt miljø som går på bekostning av barns grunnleggende rettigheter, demokratiske verdier og samfunnssikkerheten. Å utnytte barns sårbarhet ved å utsette dem for algoritmer utviklet av verdens fremste IT-utviklere og adferdspsykologer er rått parti. I det følgende skisseres fire hovedproblemer med forretningsmodellen:

1. SELVBESTEMMELSESPROBLEMET: KOMMERSIELL UTNYTTING OG MANIPULASJON AV BARN OG UNGE

Den overvåkningsbaserte forretningsmodellen har ført til en økende kommersialisering av digitale plattformer. I tillegg til annonser basert på omfattende sporing, utsettes barn og unge for influensere som utnytter den parasosiale relasjonen til sine følgere for å markedsføre produkter. Sammenblandingen av underholdning og markedsføring har en manipulerende effekt på barn og unge spesielt, da de er særlig mottakelig for påvirkning.

Stadig flere unge sliter med psykisk uhelse. Utviklingen skjer parallelt med en økning i bruk av sosiale medier. Samtidig blir den evige strømmen av persontilpasset innhold stadig mer ekstremt, hvilket ofte beskrives som et «kaninhull». Barn med interesse for psykisk helse blir over tid presentert for innhold som idealiserer selvskading og selvmord.⁵ Fenomenet knyttes ofte til radikaliserings.⁶ Myndighetene bør møte denne utviklingen med et føre var-perspektiv og innføre strengere regulering av slike tjenester.

Barn bør kunne søke opp informasjon, og teste ut nye interesser. Barn skal kunne endre meninger etter hvert som de blir eldre uten at økonomisk vinning skal legitimere at deres atferd på nett skal logges, lagres og deles med et ubegrenset antall selskaper – eller enhver som har råd til å kjøpe informasjon om dem.

⁵ Amnesty International, «Driven Into Darkness: How TikTok encourages self-harm and suicidal ideation», 2023, <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2023/11/tiktok-risks-pushingchildren-towards-harmful-content/>

⁶ Mozilla, «YouTube Regrets: A crowdsourced investigation into YouTube's recommendation algorithm», 2021, https://assets.mofoprod.net/network/documents/Mozilla_YouTube_Regrets_Report.pdf

2. LIKESTILLINGSPROBLEMET: KJØNNSTEREOTYPISERING, DISKRIMINERING OG TEKNOLOGI-FASILITERT VOLD

Plattformenes forretningsmodell har også negative konsekvenser for likestillingen, ved at skadelige kjønnsstereotyper reproduseres og forsterkes. Unge jenter blir bombardert med et destruktivt kroppsfokus, uopnåelige skjønnhetsidealer og normalisering av kosmetiske inngrep.⁷ Unge gutter blir presentert for sykelige treningsrutiner, forherligelse av vold, inklusive seksuell vold, narkotika og grenseløs adferd. Plattformene fasiliteterer slikt innhold og premierer det mest ekstreme innholdet med økt synlighet.

I dag tar ikke selskapene tilstrekkelig ansvar for at de muliggjør målrettet spredning av digital vold i form av ufrivillig deling av intime bilder, grooming og annen seksuell utnyttelse og vold mot barn på sosiale plattformer. Ansvar for å beskytte barn på nett skyves over på skole, foreldre eller barna selv som er maktesløse i situasjonen.

3. DEMOKRATIPROBLEMET: HATPRAT, DESINFORMASJON OG POLARISERING

En tredje konsekvens av selskapenes forretningsmodell er at brukerne stadig får bekreftet eget verdensbilde og i liten grad eksponeres for et meningsmangfold.

Anbefalingsalgoritmer som prioriterer innhold som vekker sterke negative følelser for å kunne vise mer reklame, bidrar til at hatprat får større synlighet og rekkevidde. Hatefulle ytringer rammer kvinner, funksjonshemmede og andre minoriteter spesielt hardt, og medfører at marginaliserte grupper trekker seg fra samfunnsdebatter som foregår på slike plattformer.⁸ Algoritmene forsterker med andre ord netthets, noe som er et betydelig ytringsfrihetsproblem.⁹

All den tid selskapene profiterer på hat, har innholdsmoderering en begrenset effekt. Flere av selskapene har dessuten trappet ned innholdsmoderering av økonomiske grunner, og uttalt seg svært kritisk til krav om innholdsmoderering og faktasjekk i DSA.

⁷ En sterk sammenheng mellom sosiale medier og spiseforstyrrelse blant unge understøttes i "Further evidence of the association between social media use, eating disorder pathology and appearance ideals and pressure: a cross-sectional study in Norwegian adolescents", av Camilla Lindvall Dahlgren, Christine Sundgot-Borgen, Ingela Lundin Kvalem, Anne-Louise Wenersberg og Line Wisting, 2024, <https://jeatdisord.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40337-024-00992-3>

⁸ Likestillings- og diskrimineringsombudets rapport «Hatefulle ytringer på nett», 2021, <https://ldo.no/content/uploads/2024/06/Hatefulle-ytringer-pa-nett-2021.pdf>

⁹ Amnesty International, «De vet mer om deg enn vennene dine», <https://amnesty.no/de-vet-mer-om-deg-enn-vennene-dine>.

Både Meta og ByteDance (TikTok) har trappet ned tiltak for å varsle brukere om falsk informasjon.

Videre gjør utviklingen innen generativ KI det vanskelig å skille falskt og ekte innhold.¹⁰ Falske nyheter og usannheter får økt synlighet på plattformer som er godt egnet for korte innlegg uten vitenskapelig forankring. Resultatet er polarisering, mindre oppslutning om fellesskapsidealer og en svekket kollektiv historieforståelse. Når sannheten blir relativ, forringes evnen til å søke sammen og finne bærekraftige løsninger på vår tids største problemer.

4. SIKKERHETSPROBLEMET: UHEMMET SPREDNING AV DATA TIL TREDJEPARTER

Spredning av falskt innhold, og den økende polariseringen i samfunnet utgjør et sikkerhetsproblem.

Selskaper sitter på enorme mengder sensitiv informasjon om store samfunnsgrupper og kan oppdage mønstre i folks vaner online og offline. Forretningsmodellen legitimerer en uhemmet spredning av slike personopplysninger. Dermed kan kriminelle kjøpe tilgang på inngående informasjon om hver enkelt av oss, noe som åpenbart kan misbrukes til svindel, identitetstyveri og utpressing.

Dette er spesielt kritisk i dagens geopolitiske situasjon, der også andre stater kan få tilgang til de samme dataene. Det kan ramme høytstående politikere og sikkerhetspersonell. Ikke minst kan det ramme framtidige politikere, som har både barndom og ungdomstid preget av omfattende overvåkning av alt de foretar seg.

Våre krav

Rotårsaken til de omtalte skadevirkningene for enkeltpersoner og for samfunnet vårt, er nært forbundet med selskapenes forretningsmodell, nemlig overvåkningsøkonomien. Et generelt forbud er nødvendig for at teknologiutviklingen skjer på samfunnets premisser.

¹⁰ "Susceptibility to online misinformation: A systematic meta-analysis of demographic and psychological factors", av Mubashir Sultan, Alan N. Tump, Nina Ehmann, Philipp Lorenz-Spreen, Ralph Hertwig, Anton Gollwitzer, and Ralf H. J. M. Kurvers, 2024, <https://www.pnas.org/doi/epub/10.1073/pnas.2409329121>

I forbindelse med implementering av forordningen om digitale tjenester (Digital Services Act) i Norge kommer det et begrenset forbud mot overvåkningsbasert markedsføring for barn opp til 18 år og bruk av sensitive personopplysninger. Det er ikke tilstrekkelig all den tid forbudet kun gjelder der selskapene «med rimelig sikkerhet» kan fastsette brukerens alder, og forbudet kun gjelder visning av reklame på «deres grenseflate». Dermed risikerer vi at barn fortsatt vil bli utsatt for den samme, massive kommersielle overvåkningen både på plattformene og på andre digitale tjenester, også etter innføringen av DSA.

Vi mener et generelt forbud mot overvåkningsbasert markedsføring for både barn og voksne er den mest effektive måten å beskytte barn, men også for å beskytte tillitssamfunnet.

Vi ber derfor statsråden om å legge frem en forpliktende plan for å innføre et slikt forbud.

I tillegg må det iverksettes effektiv og avskrekkende håndheving av eksisterende og kommende regelverk som regulerer digital teknologi.

Dette er et spørsmål om verdier og politisk vilje, ikke om teknologi. Vi ber deg, som Norges digitaliseringsminister, om å gå foran og stå opp for demokratiet vårt, og for barna våre.

Dette brevet er signert av:

Likestillings- og diskrimineringsombudet

Amnesty International Norge

Forbrukerrådet

PRESS – Redd Barna Ungdom

Redd Barna

Unicef



For øvrig støttes brevet av en rekke organisasjoner og enkeltpersoner:

Organisasjoner og virksomheter:

Antirasistisk senter
Barnesykepleierforbundet
Den norske legeforening
Elektronisk Forpost Norge (EFN)
Helsesykepleierne NSF
Kobler
NORDE
Norsk barnelegeforening
Vivaldi

Privatpersoner:

Alex Moltzau
Anja Salzmänn
Bår Stenvik
Christer Veland Aas
Christian Greftegreff Falch
Eirik Løkke
Helga M. Brøgger
Henrik Skaug Sætra
Hilde Nagell
Inga Strümke
Johannes Brodwall
Kjetil Kjernsmo
Leonora Onarheim Bergsjø
Maja Lunde
Michael Alexander Riegler
Morten Goodwin
Naomi Lintvedt
Samson Esayas
Simen Sommerfeldt
Tobias Dahl
Øystein Flø Baste

Dokumentet er elektronisk godkjent, og gyldig uten signatur.