
Tredje udgave (2016)

License2Share

Forbered din digitale fremtid

Gør din digitale identitet attraktiv
for arbejdsgivere og
uddannelsesinstitutioner

Marianne Steen & Pernille Tranberg

License2Share

3. udgave, 1. oplag 2016

Copyright © 2016 Forfatterne

Forfattere: Marianne Steen og Pernille Tranberg

Grafisk opsætning: PubliShare ApS

INDHOLDSFORTEGNELSE

FORORD	5
BAGGRUND	6
KAPITEL 1: DINE DIGITALE FODSPOR	9
KAPITEL 2: SYNLIGHED PÅ SØGEMASKINER	17
KAPITEL 3: BESKYT DIT PRIVATLIV	23
KAPITEL 4: OPBYG DIN OFFENTLIGE IDENTITET	31
KAPITEL 5: GENBRUG DATA I VISUELLE PROFILER	43
KAPITEL 6: BLIV KLOGERE MED DATA OG ALGORITMER	46
STIKORDSREGISTER	52



LÆRERSTANDENS BRANDFORSIKRING
– *en del af LB Forsikring*

License2Share er støttet af Lærerstandens Brandforsikring

FORORD

Lærernes engagement og rolle i samfundet er i høj grad med til at passe på vores fremtid; nemlig børn og unge.

License2Share giver et værktøj til blandt andre lærerne, som de kan bruge til at hjælpe børn og unge med at passe på sig selv og være bevidste om de digitale fingeraftryk og fodspor, de sætter, når de færdes på de digitale platforme. Noget som i dag er en stor del af børn og unges identitet.

Som medlemsejet forsikringsselskab arbejder Lærerstandens Brandforsikring med, at overskud skal arbejde til fordel for medlemmerne, og det gør sig også gældende, når vi vælger at støtte velgørende projekter som dette.

Vi håber, at bogen kan hjælpe både børn og unge såvel som lærere og forældre.

God fornøjelse!

BAGGRUND

Vores digitale identiteter får betydning for vores fremtid og fremtidige valgmuligheder. I dag er man fra de helt unge år forbundet online, hvor et voksende antal virksomheder, medier og mennesker får adgang til personlig information.

Hvad sker der om et år, fem eller ti år med alle de data, vi strør om os, og som er tilknyttet vores identiteter? Vil de blive brugt for os, mod os eller med os? Vi ved det ikke.

Det, vi ved, er, at vi producerer data i svimlende mængder, at mange af disse data klæber til vores navn og digitale identitet, og at der globalt udvikles metoder og systemer til at opsamle, lagre, analysere, bruge og genbruge disse data. Hvad vi også ved er, at de sociale medier har *ubegrænset brugsret* til en enorm mængde af disse data, og at de sociale medier er private virksomheder, som er børsnoterede eller på vej dertil, og dermed først og fremmest skal tjene deres aktionærers interesser.

Nogle af de unge, der har brugt sociale medier intensivt, har - måske - udsat sig for at blive diskvalificeret til en uddannelse eller et job, fordi de ikke har været bevidste om konsekvenserne ved at bruge de nye medier. Omvendt kan sociale medier give netop den synlighed, der kan gøre det lettere for en virksomhed at få øje på et ungt talent - og for de unge at finde en virksomhed, de vil trives i.

Vores tilgang er, at det er en god ide at værne om sit privatliv og sit gode omdømme, fordi det er svært at få tilbage, når man først har

mistet det. Men at det ikke skal stå i vejen for, at man får det bedste ud af de mange muligheder, der er for at skabe de rigtige forudsætninger for den fremtid, man ønsker.

FORMÅL

Formålet med guiden er at sikre unge digitale identiteter en god start på arbejdslivet. Det handler om at:

- værne om sit privatliv
- udvise god adfærd over for andre
- formidle og synliggøre sine kompetencer

Som forfattere er vores mission, at alle, der rådgiver unge – fra forældre til undervisere – samt unge selv skal have adgang til information og værktøjer om fordele og ulemper ved data og digitale fodspor. Både for at lære at forstå, hvad data er og hvordan data kan udnyttes og for at dele konkrete værktøjer til at beskytte privatlivet, overvåge sig selv og opbygge en professionel profil.

Undervisningsmaterialet består af :

- pdf-version af denne guide
- et website med samlinger til undervisning og viden om big data, personlige data og privacy: license2share.dk

Takket være den støtte, vi har modtaget fra Lærerstandens Brandforsikring, er hjemmesiden gratis tilgængelig, og her kan man downloade en pdf-version af guiden. Guiden opdateres 2-3 gange om året.

- På print kan guiden bestilles for ca 20 kr pr. hæfte plus forsendelse (fra 10 styks og opefter).

FORFATTERE

PERNILLE TRANBERG

Rådgiver i dataetik, foredragsholder og journalist inden for dataetik, big data og privacy i Digital-Identitet.dk. Medstifter af DataEthics.eu. Forfatter til 6 bøger.

Tidl. fellow ved Syddansk Universitet, strategisk rådgiver i Berlingske Media, chefredaktør på TÆNK & reporter på Politiken.

Twitter: @PernilleT Email: mail@digital-identitet.dk

MARIANNE STEEN

Rådgiver i håndtering af professionelle data og personlig søgeoptimering i sin virksomhed steen.digital. Medstifter af DataEthics.EU samt prodi.com (platform til håndtering og deling af data til professionelt brug).

Tidl. partner i CompanYoung.dk samt usability director i Matchwork.com. Forfatter til 3 bøger om internet, jobsøgning og personlig branding. Cand.hort. (greentech) (1990).

Twitter: @mariannesteen Email: mrs@mariannesteen.dk

KAPITEL 1

DINE DIGITALE FODSPOR

Dine opdateringer forbliver online for altid. De fodspor, du sætter i dag, former det indtryk, andre får af dig - nu og fremover. Dit digitale omdømme har betydning for, hvor frit du kan vælge. Håndterer du din digitale identitet med omtanke i dag, får du flere valgmuligheder i fremtiden. Du træner og demonstrerer samtidig kompetencer, som alle virksomheder vil efterspørge i fremtiden. Du er ganske enkelt bedre forberedt.

Drømmer du om at tage et skoleår i USA? Eller planlægger du at få et studiejob, fordi du har hørt, at det er en de bedste måder at få et professionelt netværk og dermed gøre det nemmere for dig at få job efter endt uddannelse?

Så skal du vide, at stadig flere virksomheder og uddannelses-institutioner bruger nettet og særligt sociale medier til at vurdere dig før din optagelse og ansættelse.

Sender du en ansøgning til et job eller et uddannelsessted, så forvent, at modtageren søger på dit navn på Google og på sociale medier.

Undersøgelser fra både ind- og udland viser, at virksomheder oplever, at digitale fodspor giver et mere ærligt og mere helstøbt indtryk af en

person, end de skemaer, du udfylder for at blive udvekslingsstudent, komme ind på en uddannelse, få et job eller ansøge om en forsikring. Værktøjerne bliver også hele tiden mere effektive.

FORUDSIGELSER BASERET PÅ DATA

Rekruttering handler om at kunne forudsige, hvordan du som ny medarbejder (elev) vil trives og opføre dig, efter du er ansat (optaget). Man kigger især på tre ting: Er du motiveret for jobbet/ uddannelsen, vil du være god at samarbejde med/ vil du trives og kan du løse de opgaver, du får stillet (vil du få et godt resultat).

Du kan være nok så fagligt kompetent, men det er din motivation og trivsel, der gør, at du udretter mere. Virksomhedens opgave er at samle oplysninger nok til, at man kan forudsige den meste sandsynlige adfærd. Flere og mere varierede informationer giver en bedre forudsigelse.

Uddannelsessteder vil undgå studerende, der giver problemer. Virksomheder vil gerne vide noget om dine interesser, din motivation og din personlighed.

I den traditionelle rekruttering bruger man CV'et til at vurdere fagligheden og supplerer med en personlighedstest for at finde ud af, hvordan du er at samarbejde med og hvordan du reagerer under pres. Personlighedstest er udviklet over mange år og på baggrund af observationer (data) af mange mennesker fra mange forskellige miljøer og kulturer over lang tid.

Personlighedstest har indtil for få år siden været den hurtigste og billigste genvej til at forstå andre mennesker. Med de nye muligheder for at bruge persondata, er der ved at ske en forandring. Data fra een person samlet over tid kan analyseres på samme måde som svar givet via en personlighedstest.

Virksomheder har været vant til at starte med det faglige CV og derefter kigge på personligheden, alene fordi CV'et var nemt og hur-

tigt at forstå. Men nu hvor din personlighed bliver mere afgørende - hvorfor så ikke starte med det, der betyder mest? Og hvorfor ikke bruge den viden, man kan hente med få klik fra de data, du har efterladt?

ADFÆRDSDATA SLÅR SELV-EVALUERING

I starten af 2010'erne begyndte psykologer at sammenligne personlige dataspor med personlighedstest. De fandt ud af, at en overvågning af en persons adfærd på sociale medier er bedre til at forudsige, om en person får succes i et job, end en traditionel personlighedstest.

De nye værktøjer nøjes ikke med at kigge på det, der umiddelbart er synligt for øjet; de indsamler og analyserer også metadata (baggrundsdata), dvs. hvornår, hvordan, til hvem og fra hvem. Tech-virksomheder er i fuld gang med at kommercialisere værktøjer, der på få sekunder kan opsamle og analysere person- og metadata og ved hjælp af en algoritme levere en konklusion på personens interesser, personlighed og potentielle adfærd. Gerne med en score og en præsentation af de personer, der scorer højest.

Med andre ord: Nu kan du finde ud af, hvordan du - eller hvilken som helst person, du kender navnet på - vil opføre sig i en given situation, og du kan gøre det uden personen ved, at det sker. Den viden, der for få år siden kun kunne gives af en person, der kender dig godt, kan nu indhentes digitalt med et par klik.

NAVNESØGNINGER BRUGES HVER GANG

Det med at google dit navn er en indgroet del af stort set alle rekrutteringer - og det gælder både til skoler og til job.

På stadig flere colleges - særligt i USA - går de alle elevers sociale profiler igennem for at se, hvordan de opfører sig digitalt.

Begge dele handler om, at når du indgår i et fællesskab, så vil dine digitale fodspor smitte af på fællesskabets omdømme - ligesåvel som fællesskabets digitale omdømme smitter af på dig.

Sociale medier og nettet bruges også til baggrundstjek for at finde ud af, om du er i stand til at begå dig i et virtuelt miljø på en måde, der matcher det fællesskab, du skal indgå i, om man kan have tillid til dig og om man kan stole på din digitale diskretion.

Spørg dig selv (eller prøv nogle af værktøjerne i kapitel 6):

I hvor høj grad.....

- Er der sammenhæng mellem det, du har skrevet og fortalt om dig selv i din ansøgning og CV og det, du har sagt og vist gennem din digitale adfærd?
- Kan du holde på en hemmelighed?
- Deler du ukritisk ud til højre og venstre?
- Vil du være en god repræsentant for virksomhedens digitale brand?
- Har du en positiv attitude?
- Deler du kompromitterende billeder af andre, f.eks. nøgenbilleder?

Den gode nyhed er, at der er større chance for at overraske positivt end negativt. Det kan altså betale sig at være aktiv og skabe sit eget indhold. Der er ligefrem nogle virksomheder, som finder det mistænkeligt, når de slet ikke finder noget. Og så er der virksomheder, der ser det som en fordel, at du aktivt har opbygget et online omdømme - ja, nogle virksomheder går målrettet efter dem, der har en høj social media score.

Virksomheder vil hellere forebygge end fyre. De fravælger på forhånd personer, der potentielt kan give problemer.

DE KULTURELLE FORSKELLE

Den digitale verden er transparent og global, fremtiden er transparent og global og i den sammenhæng er Danmark et lille og på mange måder unikt land. Vi er vant til at sige, hvad vi mener og gerne uden filter; et privilegium, som vi skal passe på og forsvare. Men i en global og transparent digital verden skal du afbalancere din talefrihed mod din fremtidige handlefrihed.

Online bliver du en offentlig person, og det *er* en vanskelig disciplin. Selv ministre, erfarne politikere og personer i topstillinger kludrer rundt i det digitale univers og nogle giver op, fordi det er psykisk hårdt at være offentlig, fordi det også kan betyde, at man bliver offentlig skydeskive.

Skal du så holde op med at sige, hvad du mener og blande dig i den politiske debat eller diskussioner om andre følsomme emner? Ikke nødvendigvis. Men hvis du gør det, så er det smart at gøre det på en måde, som ikke spænder ben for dig selv og dine fremtidige valgmuligheder.

Vi opfordrer *ikke* til, at du som person skal begrænse dig selv eller lægge bånd på dine meninger. Du skal blot være opmærksom på, at i samarbejdet med mennesker fra andre kulturer, er anerkendelse af forskellighed nødvendigt. Det at kunne begå sig i et digitalt, globalt fællesskab på en måde, der fremmer samarbejde, bliver en forudsætning for at få succes.

Som ung skal du sikre din fremtid - og derfor anbefaler vi, at du bruger et andet navn end dit eget, en avatar eller et pseudonym, *når du er i tvivl* og gerne vil være med i en aktiv debat.

I den digitale verden tages beslutninger på sekunder. Du kender det fra Tinder-appen. Duer - duer ikke - kun et swipe gør forskellen. I den digitale verden dømmer vi hinanden på adfærd og udseende sammenholdt med vores egne præferencer og antagelser.

Pointen er, at hvad der er god adfærd og et 'rigtigt' udseende er temmelig forskelligt afhængig af kultur.

Hvad der bliver kigget efter, og hvad du konkret kan blive afvist på – eller tilvalgt – er forskelligt fra land til land.

Et eksempel er religion. I vores tradition er respekten for tro og religion ofte ikke særlig stor. I USA kan det være skadende at flashe, at man er ateist.

I Danmark har vi et afslappet forhold til alkohol; en Breezer eller en smøg i hånden på et studenterbillede vil sjældent dømmе dig ude. Men det kan det i forhold til din ansøgning om optagelse på et amerikansk college; særligt hvis du er under 21 år.

Det, som de færreste skoler og arbejdsgivere bryder sig som – uanset nationalitet – er disrespect - og til det regnes bandeord, diskriminerende bemærkninger, negative ytringer og afslørende billeder - og i lige så høj grad, hvordan du kommunikerer *til* andre og *om* andre.

Når vi zoomer ind på de forskellige lande og kulturer, er der dog forskel på, hvornår noget opfattes som diskriminerende og afslørende – ja selv brugen af bandeord kan gradbøjes. Hvad der bliver kigget efter, og hvad du konkret kan blive afvist på – eller tilvalgt – er forskelligt fra land til land.

Hvordan man reagerer på opdateringer, handler mere om kultur, opdragelse og erfaringer end om teknik. Populært kan man sige, at vi dømmе andre ud fra ders adfærd, mens vi selv vil dømmes og bedømmes ud fra vores intentioner og værdier.

Det danske sprog beskytter til en vis grad – men med Google Translate, artificial intelligence og oversætter-apps er det en noget stakket frist. Vi er f.eks. ikke så sarte, når det handler om det lille ord 'sgu'. Men prøv at sætte denne autentiske – og i vores øjne lidt uskyldige sætning – ind i Google Translate.

*“Jeg er sgu ik overrasket... føler sgu med jer,” og det bliver til
“I’m not fucking surprised ... fucking feel with you”.*

Personlighed og motivation er to ting, der er svære at formidle via et fladt CV og en skriftlig ansøgning, men som egner sig godt til digitale og sociale medier. Du skal ikke skabe et glamourøst glansbillede af dig selv for at søge job, men du bør vise det bedste af dit professionelle/faglige liv og gerne lidt af din personlighed (som jo ikke er det samme som dit privatliv). Er du f.eks. glad for golf, badminton, madlavning eller fotografering, så er det faglige interesser, som du med fordel kan sende ud digitalt.

Varetagelse af digitale fodspor og online reputation management er blevet et fag på et voksende antal colleges. På license2share.dk kan du finde henvisninger til videoer og skoler, der underviser i håndtering af digitale fodspor.

HÅNDTERING AF ONLINE OMDØMME

Næsten uanset hvilken karrierevej, du vælger, skal du være digitalt kompetent. At kunne begå sig handler både om 'takt og tone', samt, at du forstår mediet, og hvordan du får mest muligt ud af det, og det betyder også, at du ved, hvad data er og hvordan de kan analyseres og bruges. En af fremtidens kompetencer er håndtering af ens online omdømme.

Du skal have styr på dine digitale fodspor. Hvis du havde to lige dygtige kandidater – hvem ville du selv ansætte? Personen med en rodet fortælling eller personen med en rød tråd og styr på sin egen digitale historie?

Afprøver du de fleste anvisninger, og tilegner du dig de mest basale anbefalinger fra denne guide, uddanner du dig samtidig til fremtiden. At kunne begå sig på sociale medier står nemlig på top 10-listen over erhvervslederes krav til fremtidens medarbejder. Det er der en god grund til, for fremtidens arbejdsmarked vil i højere grad blive både globalt og virtuelt.

Digitalisering og globalisering følges ad. Global betyder selvfølgelig, at sprog giver en fordel. Men det gør evnen til at gennemføre en video-samtale, at demonstrere et produkt online og at lede et virtuelt arbejds møde, hvor teammedlemmerne sidder geografisk adskilt, også.

Du skal være i stand til at navigere på egen hånd, altså være i stand til at løse problemer selv, og du skal have mod og vilje til at dele viden med andre, uden at du skaber problemer for virksomheden.

Du skal evne at samarbejde med personer, du ikke er i rum med, men som du deler et virtuelt skrivebord med og samtidig passe på, at fortrolige oplysninger ikke bliver spredt.

Lærer du at passe på og styre dine digitale fodspor, demonstrerer du i praksis, at du er digital kompetent.

Alt der handler om data; dataopsamling, datavalidering, dataanalyse og visualisering er et område, hvor der bliver masser af højt lønede job. Evnen til at indsamle, analysere og bearbejde de ufatteligt mange data, der findes på nettet og i alskens databaser, er allerede meget efterspurgt. Og evnen til at kode bliver kun mere attraktiv. Altså indtil algoritmer og kunstig intelligens overtager de logiske og matematiske opgaver. Derefter bliver unikke menneskelige kompetencer efterspurgt. Såsom ledelse og samarbejde (empati og menneskeforståelse), kreativitet og kommunikation.

Kryptering bliver en af fremtidens tekniske kompetencer, mens kulturel forståelse bliver en af fremtidens bløde kompetencer.

KAPITEL 2

SYNLIGHED PÅ SØGEMASKINER

Hvor ofte søger du på dit eget navn? Ofte, forhåbentlig. Hvis andre vil vide noget om dig, så søger de på dit navn. De fleste stoler på det, de finder, ser og hører. Søg og spørg dig selv, om du er tilfreds med dit eget søgeresultat. Den gode nyhed er, at du kan forme dit søgeresultat.

Der er to måder at finde ud af ting om dig. De synlige søgeresultater som, når man søger på dit navn. Og så er der alt det, man kan regne ud om dig på baggrund af den samlede mængde data, du efterlader. Dette kapitel handler om det, som andre umiddelbart kan se. Dvs. det, man finder ved at søge på dit navn på f.eks. google.com og sociale medier. Metoderne svarer til de metoder, som virksomheder og skoler bruger - og du kan selvfølgelig selv bruge de samme metoder til at finde information om andre.

HVAD SIGER SØGEMASKINERNE?

Søgemaskiner er som udgangspunkt ikke neutrale. De tilpasser det, de viser, til den, der søger.

Betragt de første 7- 10 søgeresultater, som du finder som dit google-CV. For at se dit google-cv, som andre ser det, skal du neutralisere dit

søgeresultat. Google og andre søgemaskiner bruger de meta-oplysninger, de har på din digitale adfærd til at give dig personaliserede resultater. Metadata kan f.eks. være din IP-adresse, som er den fysiske adresse, hvor din computer (og dig) befinder sig. Og det kan være dine cookies, der viser seneste søgninger og besøgte sider, hvis du bruger Gmail, indholdet i dine e-mails. Derfor:

- Log af din Gmail, når du søger på google. Log ud af din Yahoo-mail, når du søger via Yahoo osv.
- Slet dine cookies i din browser (under indstillinger), inden du søger på dig selv.
- Prøv Ungoogle.dk til at søge på dit navn.

Søg via alternative søgemaskiner. Det tager kun et par minutter ekstra at søge via andre søgemaskiner, der kan give noget andre resultater end Google: bing.com eller duckduckgo.com.

FÅ ADVARSLER NÅR DIT NAVN OMTALES

Opret en alarm og få besked, når dit navn omtales 'et sted online'.

- **Google Alerts:** Skriv dit søgeord (dit navn). Fortæl, hvor hyppigt du vil adviseres. Du får en mail indenfor et par timer efter indeksering.
- **mention.com:** Skriv et navn (nøgleord), opret en alarm og få besked via e-mail.
- Sæt **Facebook** til at advisere dig, når andre tagger dig på et billede. Sådan gør du:
 1. Vælg 'privatindstillinger', tryk 'tidslinje og tagging'
 2. Slå til, at du skal 'gennemse tag, som andre føjer til dine opslag, før de bliver vist på Facebook.
 3. Slå følgende fra under privatindstillinger; "Vil du have andre søgemaskiner skal linke til din tidslinje?" – så er din facebook-profil beskyttet mod søgemaskiner.

- På **Instagram** kan du få en alarm, hver gang nogle har tagget dig på et foto. Du får en notifikation i "Photos of You". Hvis du vil se det og godkende billedtagging, før andre ser det, kan du ændre det i indstillinger.
- På **Flickr** og **Picasa** kan du i dine indstillinger sikre, at andre ikke kan tage dig.

HVILKE ANDRE MEDIER BRUGER DU?

Installer browserudvidelser - her eksempler til Google Chrome. Med udgangspunkt i een profil, f.eks. en twitter-profil, finder disse udvidelser frem til flere profiler og informationer.

- Vælg "Chrome" >
- Indstillinger.. >
- Udvidelser... og scroll ned til "Hent flere udvidelser". Søg på et navn eller søg på "personal data", "social media" o.lign.

Discoverly; Få mere at vide om dine kontakter i din Gmail adressebog hhv. på LinkedIn. Et ikon med en lille grøn mand vises, når Discoverly har fundet frem til de social media profiler en person har. Kan bruges i LinkedIn og Gmail.

360Social; Linkoversigt, sidste opdateringer og opsummeringer over følgere.

DIT DIGITALE BRAND

I nogle job er digital synlighed ønsket og et godt digitalt brand samt score kan være en forudsætning for at komme i betragtning. Ønsker du at forbedre dit google-cv, så er der hjælp at hente hos tjenester som brandyourself og onlineidcalculator. Disse værktøjer forudsætter, at du deler data fra dine sociale profiler. Brug dem derfor til at evaluere din offentlige identitet.

Brandyourself.com; Finder alt, hvad den kan med dit navn - og så kan du gennemgå siderne og vælge, om søgeresultater er dit og positivt, om det er dit, men negativt (og derfor skal begravnes) eller om det slet ikke er dig. Og så får du anbefalinger til, hvordan du kan forbedre netop dit søgeresultat. Du kan også købe dig til at få virksomheden til at oprette og vedligeholde dit digitale brand. Det koster fra 400\$ om måneden per person! - hvilket jo er rigtig mange penge. Det understreger, at et godt digitalt omdømme er penge værd.

Onlineidcalculator.com

Indtast navn og email og svar på generelle spørgsmål og gennemgå så dine søgeresultater fra google gennem en række spørgsmål. Disse spørgsmål giver dig samtidig et rigtig godt indblik i, hvad det er, der skal til for at få en høj "google-score". Du får at vide, hvor digitalt distinkt dit digitale brand er. Værktøjet kan også bruges til at evaluere andres digitale score.

DIN DIGITALE SCORE

En række tjenester prøver at beregne din sociale indflydelse. Det vil sige, hvor meget "magt" du har på sociale medier; hvor mange følger dig, liker dig, citerer og krediterer dig.

Man kan købe sig til alle de followers og fans, favors og likes, man har råd til - og det giver selvfølgelig en højere score på de medier, der måler indflydelse.

Klout.com måler indflydelse ved at tælle dine følgere og din evne til at skabe viralitet. En score på 100 er det højeste. Opret en profilside med dit navn og tilknyt medier for at overføre data. Følg hvordan din score udvikler sig over tid.

Kred.com giver dig en global score og scorer indenfor brancher og et overblik over dine sidste aktiviteter for de medier, du har tilknyttet. Du kan søge på andres Twitter-navn.

HJÆLP – KAN DET SLETTES?

Når du har afprøvet nogle af de værktøjer og websider, der er omtalt ovenfor, får du formentlig et meget godt indtryk af, hvor meget man kan bruge dine data til. Hvis du ser noget, du ikke bryder dig om, vil du sikkert gerne have det slettet. Hvordan gør du det? Der er ingen nem måde.

Det bedste er at forsøge at få original-kilden (altså der hvor indholdet opstod første gang) til at fjerne det, altså dem, der har publiceret det på deres side og server. De nødvendige argumenter til at overtale originalkilden findes på Datatilsynets hjemmeside, f.eks. kan du argumentere for, at de kan bevare indholdet af det du har sagt, men at du ønsker dit navn pseudonymiseret, fordi det skader dig. Se argumenter her fra Datatilsynets hjemmeside:

<https://www.datatilsynet.dk/borger/sociale-netvaerk/persondata-loven-og-sociale-netvaerk/>

Hvis original-kilden fjerner dit navn og bruger et pseudonym i stedet, forsvinder du automatisk ud af søgemaskinerne ganske hurtigt, da de hele tiden opdateres og overskrives. En EU-dom giver dig mulighed for at bede Google og andre søgemaskiner fjerne links til indhold, du mener er upassende, uddateret og irrelevant. Det er altså kun googles søgeresultat, der fjernes - originalindholdet ligger stadig online. Udfyld formen her: <https://support.google.com/legal/contact/lreudpa> og find herefter linket 'Indsend retslig anmodning'

Hvis du ikke kan få original-kilden eller Google til at fjerne det? Så kan du prøve at fortynde eller drukne søgeresultaterne. Det samme gælder, hvis du har fundet mere om dig selv, end du bryder dig om. Ved at producere indhold om dig selv kombineret med dit navn, kan du

skubbe det uønskede indhold ned på de sider, hvor de fleste alligevel aldrig kommer. Det tager tid og vedholdenhed.

KAPITEL 3

BESKYT DIT PRIVATLIV

Det er individuelt, hvor meget man ønsker at dele med sin omverden, og hvad man ønsker at holde privat. Men ét er sikkert; privatlivets fred er en menneskeret, som sikrer vores demokrati. Med andre ord: Du har retten til selv at bestemme, hvem der ved hvad om dig og hvornår.

Hvis du bare gerne vil være i fred, ikke gider have målrettede reklamer og priser og ikke ønsker at dele alt med alle men kun med dine ægte venner, behøver det altså ikke være, fordi du har noget at skjule eller er underlig. De fleste rige, kendisser og folk i magtfulde positioner passer godt på deres privatliv, og privacy bliver i fremtiden en efterspurgt vare, fordi privatliv er blevet så svært at opnå.

Her er en guide til sikre værktøjer til at beskytte dit private jeg på et niveau, hvor de fleste kan være med. Der er forskellige metoder alt efter temperament - og hvis du er interesseret i mere, f.eks. at lære at kryptere, så kontakt os, og vi sender dig tips eller kontakter til nogle, der kan hjælpe.

BRUG BLOKERINGSVÆRKTØJER

Du kan forhindre virksomheder i at følge dig fra website til website, så du ikke hele tiden behøver at slette historik og cookies, ved at installere nogle værktøjer, såkaldte udvidelser i din browser. De kan nogle gange give dig problemer med andre tjenester som din bank, kreditkortselskab, nyhedssites eller tidsskrifter, fordi de så også blokerer for de hjælpsomme cookies, som hjælper dig med at huske passwords. Hvis det sker, kan du manuelt redigere blokeringsmulighederne og f.eks. give din bank adgang uden om blokeringsværktøjet. Eller du kan vælge at bruge en anden browser til din bank uden browser-udvidelser.

To gode værktøjer til at blokere for cookies på din computer:

- **disconnect.me/disconnect**
- **ghostery.com**

Til dine mobile gadgets kan du bruge følgende apps:

- **Ghostery**
- **Disconnect Kids**
- **Adblockfast**, som både blokerer for cookies og for reklamer. Hvis du opleverer, at den blokerer for et website, du vil ind på, må du lige klikke på Adblockfast-appen én gang og deaktivere blokeringen.

SHARE WITH CARE

Brug alle sociale medier som om de er offentlige platforme, også dem, der påstår, at du kan være privat hos dem såsom Facebook, Instagram og SnapChat. Der er utallige eksempler på, at de 'private' opdateringer kommer ud alligevel. Sociale medier er nemlig bygget op for at skabe viralitet, altså for at sikre at budskaber bliver spredt mest muligt. Det er grundstenen i den forretning, som det sociale medie er sat i verden for. Det kan ikke siges tit nok :

Sociale medier er ikke en neutral infrastruktur.

Sociale medier er privatejede virksomheder, hvis formål er at generere penge til aktionærene ved hjælp af de massive mængder af data, som de sidder på. Sociale medier er ikke gratis. Du betaler med dine data. Når noget er ‘gratis’, er du produktet.

Tænk altid før du poster; ville jeg sige det i TV-Avisen? Så er du godt hjulpet på vej. Overvej ikke at dele :

- **Helbredsoplysninger** – vær især opmærksom på apps til at måle dig selv og din motion (det er også helbredsdata) og brug sikre søgemaskiner (se senere) når du søger på helbredsoplysninger. Tips: Sikker tracking-device fremfor f.eks. Fitbit og Up er TomTom og Apple Smartwatch. Hvis du vil tracke din menstrationscyklus så brug HelloClue.
- **Rejseplaner** før og under rejsen. Hvis du vil dele feriefotos, så gør det efter ferien. De smarte indbrudstyre er online, og det samme er forsikringsselskaberne, så skriv ikke på din ‘hoveddør’, at du ikke er hjemme.
- **Løbeture, cykelture** og andre motions-ture via apps og sociale medier, da indbrudstyre dermed kan regne ud, hvor du og din dyre cykel bor.
- **Negative ytringer om andre.** Brok, sladder, mobning om og af andre er virkelig noget, de fleste arbejdsgivere misbilliger.
- Billeder, hvor du **drikker eller ryger** af dig selv.
- **Religiøse, politiske og seksuelle** holdninger og tendenser.
- **Riskoadfærd**, der kan skade dit omdømme i forhold til banker og forsikringsselskaber, f.eks. ekstram sport.
- **Kompromitterende billeder** af andre, f.eks. **nøgenbilleder**

BRUG ALIAS'ER

Hvis du – som de fleste andre – ønsker at bruge Facebook og Instagram, så overvej at bruge et andet navn - et alias - end dit eget. **DET**

ER IKKE FOR AT SNYDE ANDRE men for at beskytte dig selv, og dine venner skal kende dit alias.

Brug aldrig Facebook til dét, du ikke vil have ud til alle – heller ikke i et andet navn, for der skal mere til at skjule sig effektivt, f.eks. kan Facebook og mange Facebook apps tracke dig på din IP-adresse. Dine private tanker bør du altid holde med få udvalgte venner og familie IRL. Find et pseudonym eller alias, en opdigtet adresse og mobilnummer med

- **Fakenamegenerator.com**

Brug også et alias (andet navn), når du downloader rapporter, apps, spil og så videre, hvor de beder om dine persondata, herunder din lokation – med mindre du har fuld tillid til servicen. Brug kun dit eget navn på services, du har tillid til, og når du optræder fagligt og professionelt.

Når du bruger et alias, skal du huske at oprette og tilknytte en alias email. Her kan du bare brug en af de gratis emailtjenester som Gmail. Den kan du så nøjes med at tjekke en sjælden gang og bruge den, når du skal give din email til nogle, som du mistænker for at ville spamme dig senere.

BESKYT DIN EMAIL

Der er masser af gratis email-services, du kan bruge som brug-og-smid-væk emails i forbindelse med dine aliaser. Vil du have en tjeneste, der kun er til for dig, som beskytter dine data og ikke tracker dig, skal du bruge en betalings-email, f.eks. :

- **neomailbox.net**
- **protonmail.ch**
- **hushmail.com**
- **mailpile.is**
- **startmail.com**

BRUG FLERE BROWSERE OG SØGEMASKINER

Glemmer du at logge ud af din Facebook profil? Det sker nemt. Især hvis du bruger Facebook som 'socialt login' – for så skal du også logge ud af alle disse tjenester. Mange af disse tjenester logger nemlig ikke ud, bare fordi du lukker browser vinduet. Og dermed kan Facebook følge dig rundt og se, hvad du læser på nyhedshjemmesider, søger efter på nettet eller køber i online butikker. Desuden kan andre, som kommer i nærheden af din computer, komme ind på din facebook-profil.

Brug én browser kun til din bank og én kun til din Facebook. Den tredje browser kan du så bruge til at surfe rundt med og installere et blokeringsværktøj som beskrevet ovenfor. Gode browsere er **Firefox**, **Opera** og **Terra**.

Brug flere forskellige søgemaskiner og Google så sjældent som muligt (primært til at tjekke dit Google-CV). Ingen af nedenstående søgemaskiner gemmer dine søgninger, alle kan bruges til at søge på dansk:

- **startpage.com** fra Holland. Den giver dig Google-resultater, samtidig med at den anonymiserer dig
- **qwant.com** er fransk/tysk
- **hulbee.com** er Schweiz
- **duckduckgo.com** er amerikansk og udeviklet bunden
- **findx.dk** er dansk og udviklet fra bunden

Hvis du insisterer på Google Search, bør du som minimum logge af din Gmail eller Google-konto, med mindre du vil have personaliserede søgeresultater, som Google giver dig baseret på viden om dig (f.eks. tidligere søgeresultater).

SKJUL DIN IP-ADRESSE

Den sikreste måde at browse på er at bruge et såkaldt virtuelt privat netværk eller VPN. Især når du bruger gratis WiFi på cafeer og hoteller er det smart at hooke op med din VPN, da det er nemt at hacke

din computer fra gratis wi-fi. Med VPN krypterer du trafikken fra din computer og ud på nettet. Samtidig kan du skjule, hvilket land, du er i. Forretningsfolk bruger VPN til at kommunikere privat, og politiske aktivister bruger VPN for at slippe for overvågning fra regeringer. En VPN skjuler din IP-adresse, eller rettere sagt, den skaber en ny, hver gang du går ind. Så hvis du sidder i Oslo, kan du få det til at se ud, som om du er i Buenos Aires.

Der findes mange gode VPN-services :

- **Disconnect.me**
- **iPredator.se**
- **Hidemyass.com**
- **F-secure.com**

Vi anbefaler, at du betaler for din VPN-service; typisk betaler man et abonnement. Gratis VPN-tjenester er ikke til at stole på, heller ikke Hola.org. Vælg den VPN-tjenester, der har servere i lande, som du vil connecte fra.

Den bedste anonyme browser er **TOR**, som du kan downloade uden at betale for det, da det er open source:

- **torproject.org**

Den skjuler også din IP-adresse og krypterer trafikken (ikke indholdet), men den sænker din hastighed, og du kan ikke selv vælge, hvilket land din IP-adresse skal være fra, når du går på. Det sker tilfældigt. Hvis du vil have en anonym browser til din iPhone og iPad, så prøv med **Onion Browser** til IOS og **TOR** på din Android, men de understøtter ikke video.

PAS PÅ MED APPS

Du skal ikke ukritisk downloade apps til din smartphone og Facebook, hvad enten det er spil, quizzes eller programmer. Læs først

hvilke data, de vil have fra dig, for de suger løs af data mange af dem. Spørg altid dig selv, om tjenesten er de data værd.

Det er svært at vurdere prisen på dine data, men nogle apps kan finde på at bede om adgang til at importere alle dine kontaktpersoner og begynder at spamme dem, uden at du ved det. Eller også vil de have din kalender, dine fotos eller sågar din indbakke.

Måske er der en anden app, der ikke beder om så meget? En vækkeur-app behøver vel ikke kende din lokation? Det gør din løbe-app, så den er ok, så længe du stoler på virksomheden, der står bag appen. Er du i tvivl om, hvorvidt en service skal have adgang til særlige informationer, så vælg 'Skip'. Appen skal nok fortælle dig, hvis den ikke kan fungere uden.

CHAT

Facebooks Messenger app og faktisk heller ikke Skype er sikre, når det gælder chat. Alt hvad du siger og gør, bliver overvåget for at give dig 'relevante' reklamer. Hvis du vil have en sikker app, er der følgende. De to første er gratis(de lever af at sælge nogle andre tjenester) og nemme at bruge:

- **Wickr**
- **Signal**
- **Threema**

Nogle apps siger, at de er private, f.eks. den Facebook-ejede WhatsApp. Ja, det er rigtigt, at den krypterer indholdet, så ingen andre - heller ikke WhatsApp selv - kan se det, men der er masser af metadata (hvem skriver du med, hvornår og hvor) og appen får bl.a. adgang til alle dine kontakter.

IT-SIKKERHED

Dette er du er nødt til at være bevidst om i forhold til it-sikkerheden for at undgå identitetstyveri eller indbrud på din computer.

- Husk altid at opdatere dine programmer, når de beder om det
- Glemmer du dine passwords, findes der betalings-apps, der kan hjælpe med det. lastpass.com eller 1password.com er super gode og alle pengene værd.
- Https er altid sikrere end http, hvis du er i tvivl om en webadresse.
- Lav backups af dine filer.
- Sluk for din wifi, bluetooth, mikrofon og lokation så meget som overhovedet muligt.
- Bug en cam jammer – altså et lille mærke, der blokerer for dit webcam, når du ikke bruger det.
- Krypter din wi-fi boks derhjemme. Spørg din internet-udbyder hvordan du gør
- Hvis du er rigtig nørdet, så brug to konti på din computer. En med administrator-rettigheder og en uden. Brug den *uden* rettigheder til at surfe på nettet og tjekke emails.

FÅ DET FJERNET

Få fjernet links fra Google:

https://support.google.com/legal/contact/lr_eudpa?product=webs-earch

Få hjælp fra Red Barnet til at slette profiler og andet:

<http://sikkerchat.dk/sletdet>

Slet din Facebook:

https://www.facebook.com/help/delete_account

Se hvor svært det er at slette, før du opetter en profil et sted

<http://justdelete.me>

OPBYG DIN OFFENTLIGE IDENTITET

Du har nu styr på dit privatliv. Næste skridt er, at du lærer, hvordan du kan blive synlig for det, du gerne vil være synlig for. Formålet med begge dele er, at tilsammen giver det dig mere magt over dine data og dine digitale fodspor, og dermed skaber du en fremtid for dig selv med flere valgmuligheder.

Dette kapitel handler om, hvordan du opbygger en offentlig persona og gør den tilgængelig og synlig. Der er masser af information, du kan dele uden at kompromittere dit privatliv, og det er meget nemmere at håndtere, når du allerede fra starten har adskilt det i din private persona (hvor du bruger et alias) og din offentlige persona (dit rigtige navn).

Din offentlige persona (professionelle digitale identitet) er sammensat af de digitale fodspor, der dukker op, når man søger på dit navn. Søgemaskinen viser alt det, den kan finde på dit navn. Populært kaldes det også for dit 'Google-cv'.

Du kan selv fodre søgemaskinerne med indhold, som du gerne vil have frem og dermed fjerne fokus fra det uønskede. Du opretter en række præsentable profiler og indsætter dit navn i web-adressen (URL'en). Med den rigtige opsætning og indstillinger, kommer disse profiler øverst i dit Google-CV.

Vil du promovere din personlige blog, Pinterest-side eller videokanal - er det samme opskrift. Først opretter du profiler på en eller flere primære sociale medier og derefter genbruger du indhold (data) i nye opsummerings (aggregerede) profiler. De elementer, der er med til at placere dig højt i søgemaskiner er bl.a.

- dit navn indgår i webadressen og gentages i profilttekst
- profilen er en del af et meget stort site
- Dette site opdateres hyppigt og har mange links ind og ud

Et sidste praktisk tip, før du går i gang, er din brug af browsere. Brug den samme browser, når du surfer privat, f.eks. Firefox og skift til en anden browser, når du surfer professionelt, f.eks. Google Chrome. Den og alle Googles andre tjenester deler informationer på kryds og tværs og derfor er Gmail, Youtube og Google+ særdeles velegnede til at presse google-juice, altså komme højt op i søgeresultaterne med dine professionelle profiler. *Hvis du vælger at bruge Gmail som en af dine emailadresser, så husk, at Gmail ikke er privat som beskrevet i forrige kapitel. Derfor; hold alt ude fra Gmail, som du betragter som privat eller fortroligt.*

SOCIALE MEDIE PROFILER

Når andre søger på dit navn, så kan søgemaskinen genkende navnet fra dine sociale medie profiler. Brug det samme navn på alle dine offentlige profiler og et alias på dine private.

Disse sociale medier giver høje placeringer og som regel i denne rækkefølge på Google (Facebook er ikke taget med her):

- LinkedIn
- Youtube
- Slideshare
- Twitter
- Google+
- Pinterest

FØR du går i gang med dine profiler

Brugernavn. Start med at definere dit offentlige brugernavn. Du kan bruge søgetjenesten Namechk (namechk.com) til at tjekke, om dit ønskede brugernavn er ledigt på de medier, du vil bruge.

NB! Twitter tillader kun 16 anslag i brugernavnet. Mange vælger derfor at have et særskilt brugernavn på Twitter.

Gentagelse fremmer forståelsen Beslut dig for, hvilken version af dit fulde navn, der skal knyttes til dine professionelle profiler, hvad dit officielle brugernavn skal være, hvilket navn du vil bruge i din URL og hvilken e-mail, du benytter professionelt.

Vælg en mailkonto, du kan beholde (din skole-mail duer derfor ikke) og som du kan bruge i jobsøgning (det betyder, at din arbejdsmail heller ikke duer, og Hotmail er mindre egnet, fordi de ofte ender som spam). Brug så vidt muligt dit eget navn i denne email. Og brug samme navn og mail på tværs af dine professionelle medier.

Sådan gør du din profil professionel:

- Brug et godt portrætfoto.
- Profiltekst: Skriv den kort, fejlfrit og konkret. Mest om hvad du har opnået af resultater. Mindre om, hvad du har gjort (processer).
- Skriver du på engelsk? Så kan du installere 'Grammarly', en browserudvidelse, der hjælper med at spotte stavfejl og grammatiske fejl
- Tilpas design såsom at lægge dit eget baggrundsbillede på og tilpasse farver, så de passer billedet.

Sådan søgeoptimerer du din profil

- Navngiv dit profilbillede med dit navn.
- Brug nøgleord; det kan f.eks. være de kompetencer eller titler, der passer til dit studie- og arbejdsliv. Nøgleord bruges som kategorier, tags, hashtags og i linkshenvisninger.

PROFESSIONELLE SOCIALE MEDIER

De sociale medier, der nævnes her, egner sig til professionel brug og med de rigtige indstillinger og opsætninger, vil de komme højt op i søgeresultaterne. Det er den ene halvdel af den personlige søgeoptimering. Den anden halvdel er det indtryk, den oplevelse, som personen, der klikker sig ind på din profil, får af dig.

LINKEDIN

linkedin.com er nyttig, når du søger praktikplads, studiejob og collegeplads. Du kan som supplement overveje Xing.com, der er særlig populær i de tysk- og fransktalende dele af Europa.

1. Sign Up. Start med at sige nej. Ellere rettere: Skip/Spring over, når du bliver spurgt om adgang til din mailkonto. Siger du ja, giver du LinkedIn adgang til alle dine kontacters mailadresser. Og ikke nok med det. LinkedIn tillader sig at sende en invitation til alle disse mailadresser - på vegne af dig. Og ikke nok med det. Linkedins automatisering sender en besked, som de travle og professionelle irriteres over: *I would like to connect.*

2. Opret en 'god nok' profil. Tilpas din offentlige LinkedIn-URL til dit navn. En offentlig profil-URL starter med linkedin.com/in – og fortsætter med dit offentlige brugernavn. Den offentlige LinkedIn-URL bliver så f.eks. til linkedin.com/in/fornavnefternavn.

En 'vanity-URL' er en webadresse, der peger direkte på din profil. Det forfængelige i webadressen er dit navn.

NB! æ, ø og å og andre specialtegn kan ikke indgå i en URL. Brug o eller oe i stedet for ø, ae istedet for æ, aa i stedet for å.

Personaliser dine tre eksterne links.

I toppen af din profil kan du indsætte tre eksterne links. Vælg 'rediger kontaktinformationer' > vælg 'Andet' fra dropdownmenuen og skriv,

hvad linket omhandler. På din offentlige profil (den, der vises på Google) vises *det nederste* af de tre link.

3. Tjek indstillinger. Klik dig gennem fanebladene for indstillinger for profil, konto og netværk. Vær særligt opmærksom på indstillingen 'Gør dine aktiviteter synlige/ikke-synlige' (turn activity broadcast on/off) samt hvad andre må se, når du ser på dem.

Du kan se, når andre har kigget på din profil, og andre kan se, når du har kigget på dem. Du kan også vælge at være helt anonym.

Før du begynder at kigge på andres profiler, skal din profil have et godt billede, en god profilttekst samt uddannelse, interesser og evt. job.

4. Inviter. Når du opretter kontakt til andre, som ikke er forberedte på din henvendelse, så send en personlig hilsen sammen med din forespørgsel om at connecte med dig: Præsenter dig selv og fortæl, hvorfor du henvender dig, så øger du chancen væsentligt for at få et *ja*.

5. Sig nej tak til folk du ikke kan identificere. Du vil få henvendelser fra andre - også dem, du ikke kender. Vær kritisk og forbind dig kun med dem, du kan få bekræftet er dem, de udgiver sig for at være. Der er et stigende antal falske profiler på LinkedIn, og de bliver brugt til scam. Ved at takke ja til en falsk profil kan du være med til at give snyderen et bedre image og større troværdighed. Har du mistanke om, at der er tale om en falsk profil? Så kan du anmelde personen. Bare klik 'anmeld' og skriv 'ligner en falsk profil'.

6. Løbende profilforbedringer. LinkedIn er et professionelt forum, hvor tid er kostbar. Du kan uforvarende komme til at spamme andre, hvis du glemmer at sætte hak ved 'gør min aktivitet ikke-synlig', og så går i gang med at opdatere kompetencer, job, uddannelser mm. Der ryger e-mails afsted til alle i dit netværk om hver eneste opdatering.

7. Kløge valg og god adfærd. Dem, du forbinder dig med i dag afgør, hvad du får at tilbud i morgen. Du er selv med til at kvalificere den viden, du får adgang til og de mennesker, du kommer til at møde. LinkedIn sammensætter en daglig nyhedsstrøm til dig, anbefaler personer, viser links, jobannoncer, reklamer ja, alt dét indhold, du får serveret, er baseret på dine tidligere valg.

Sociale medier er velegnede til at møde andre med samme interesser og præferencer. Jo bedre du er til at beskrive dine interesser, des større er chancen for, at du møder virksomheder med medarbejdere, der deler dine interesser. Hav modet til at kommentere eller stille spørgsmål til andres indlæg; det er en effektiv måde til at blive synlig på.

LinkedIn er ikke Facebook, hvor man smider om sig med likes for at vise (eller vinde) sympati. Brug shares, når du vil sende en historie videre til andre.

SLIDESHARE

Slideshare.net fungerer som Youtube bare med præsentationer og pdf-filer i stedet for videoer. Slideshare er en guldgrube af information om virksomheder udarbejdet af professionelle. Du kan bygge dit brand ved at dele andres produktioner. Brug også Slideshare til at uploade skoleopgaver og studierapporter (NB! fjern navne på lærere og andre studerende eller få deres tilsagn først). Skriv en teaser og tilføj kategorier og nøgleord (tags) til alle dokumenter, du lægger op. Platformen ejes i dag af LinkedIn og præsentationer kan nemt indlejres i din LinkedIn-profil.

- Dit offentlige navn er dit brugernavn.
- Brug samme profilbillede som på LinkedIn - for genkendelighed.
- Profiltæksten kan være den samme som på LinkedIn.
- Find præsentationer der egner sig som favoritter
- Følg andre kanaler og del andres præsentationer.

TWITTER

På Twitter.com kan du følge andres tweets, og andre kan følge dig – uafhængigt af hinanden. Twitter er som din egen lille broadcasting-kanal. Alt er offentligt. En twitter-profil er hurtig og nem at oprette. I første omgang skal du ikke bekymre dig så meget om at skulle tweete. Brug din twitter-konto som socialt login til at oprette profiler på andre sider (se næste kapitel) og til at følge mennesker, du kan blive klogere af. Hvis du vil bruge Twitter til at netværke, så lær at bruge hashtag, forkortede URL's og Direct Messaging. Twitter er et af de medier, hvor du hurtigt kan bygge et digitalt brand.

1. Vælg brugernavn med omtanke. Dit brugernavn skrives med 16 karakterer og et @ foran som i @brugernavn16char
2. Brug samme profilbillede som på LinkedIn/Slideshare for hurtig genkendelighed.
3. Profiltækst må højst fylde 160 anslag. Se hvad andre gør. Benyt evt et #hashtag for særligt vigtige ord.
4. Design din side. Det er nemt, sjovt og ser godt ud. Både topbilledet (baggrundsbilledet til profiltæksten) og selve baggrunden. Du kan finde flotte billeder på unsplash.com eller Google.com - vælg dem der er til frit brug.
5. Vælg de personer, du vil følge, med omhu. Der er uendeligt mange højt kvalificerede ressourcer blandt Twitters brugere, og mange følger tilbage. Find og følg dem, der kan give dig faglige input og være dine rollemodeller.
6. Tilføj din twitter-profil til din linkedin-konto. Det gør du på LinkedIn under kontoindstillinger.

7. Når du tweeter : Øv dig i at bruge #, @, RT og favoritter.
#detterethashtag. Hashtags bruges til at samle emner.
@brugernavn bruges til at omtale andre eller sende offentlige beskeder til dem.
RT er et retweet (du gentager dét, andre tweeter; god måde at blive set af den, der har tweetet og vise din interesse. Favoritter (hjerte) svarer til, at du sætter et bogmærke.
Lister er en samling af Twitter-konti.
8. Tjek muligheder for at embedde dine tweets på andre websites.
Har du en blog? Så installer et plugin, der håndterer tweets, eller brug Twitters koder.

GOOGLE+

Din side på plus.google.com giver frem for alt Google-juice. Der er løbende historier om, at nu stopper google+ siderne - men de er der nu stadig og tager kort tid at oprette. Du kan dele artikler og billeder, oprette hangouts (som skype-samtaler men med op til ni personer ad gangen) samt invitere til begivenheder.

I første omgang skal du blot logge ind med din Gmail og oprette din egen google+ side (profil). Du kan som udgangspunkt ikke vælge eget brugernavn eller vanity-URL. Derefter kan du på få minutter få din Google+ side til at se færdig ud:

1. Find et flot forsidebillede. Tilpas design.
2. Udfyld fanebladet 'Om'.
3. Tilknyt de sociale medier, du bruger som offentlig person.
4. Skift visning til "offentlig", så du kan se, hvad andre ser.
5. Gør som på Twitter: Følg rollemodeller og potentielle kolleger.

YOUTUBE

YouTube.com bruges både privat og professionelt og er velegnet til at vise lidt af din personlighed; man kan godt dele en video med sjove hunde på Youtube, uden at det regnes for upassende. Opret en kanal med dit navn og find de virksomheders Youtube-kanaler, som du synes er værd at følge. Vis hvilke videoer, du kan lide ved at gemme dem som favoritter. Drop at deltage med kommentarer.

- Brug din professionelle GMail- eller Google+ konto til at oprette din kanal. YouTube henter billeder og andre oplysninger herfra.
- Vælg samme brugernavn som på LinkedIn hhv. Slideshare. Det bliver samtidig din kanals navn; youtube.com/brugernavn.
- Personaliser baggrundsgrafik; Vælg Betjeningspanel > Tilføj kanalgrafik.
- Føj videoer, der matcher dine interesser til din playliste.
- Brug YouTube til at give omverden et indblik i dine personlige præferencer. Vis hvilke videoer, du synes er sjove, inspirerende og værd at se for andre.
- Følg andre kanaler – dem, der fremmer dit digitale brand og som kan inspirere dig i dit professionelle liv.
- Gå kanalindstillinger igennem. Tilføj kanalsøgeord: Vælg Avanceret, indtast søgeord. Fjern reklamer – også under avanceret. Tillad at din kanal vises i andres anbefalinger.
- Bekræft din konto under Funktioner > Kontostatus.

PINTEREST

Pinterest.com er visuelt og særligt velegnet til alt, der handler om mode, design, mad, natur - fortsæt selv listen med fotogene emner. Hvorvidt Pinterest er egnet til professionel brug handler derfor om, i hvilken sammenhæng det bliver brugt. Nogle virksomheder er også begyndt at bruge Pinterest til at vise deres arbejdsplads indefra.

Hvad med Facebook og Instagram?

Når arbejdsgivere bruger Facebook og Instagram (Instagram er ejet af Facebook) i forbindelse med rekruttering, er det for at nå ud til målgruppen, men også for at få indblik i dine mere personlige interesser. Hvis du ikke ønsker at blive kigget over skuldrene af en potentiel arbejdsgiver, så er det bedst at bruge et pseudonym. Hvis du ønsker at bruge Facebook professionelt, kan du oprette en åben Page og bruge den på samme måde som de andre sociale medier; kun fagligt - ikke privat.

QUORA

På Quora.com kan du stille spørgsmål og besvare spørgsmål. Du vælger selv, hvad du mener, du er ekspert i og hvor du kan hjælpe andre. Når der bliver stillet et nyt spørgsmål indenfor dit område, får du en notifikation. Så kan du beslutte, om du kan svare. Quora bliver brugt af stadig flere mennesker; det er et særdeles seriøst medie, hvor hensigten er, at man skal hjælpe hinanden. Der er mange spørgsmål, der handler om netop din generation, og her er du jo nok ekspert på mange områder. Hvis du kun magter eet medie, vil Quora være et godt valg.

OPBYG DIT DIGITALE OMDØMME

Bruger du sociale medier fordi du gerne vil sikre dig uddannelses- og arbejdsmæssigt, så handler det altså ikke kun om, hvor mange, du er forbundet med men også, om det er de rigtige.

Algoritmer kigger ikke kun på dig og dine opdateringer. De kigger også på, hvem du er forbundet med, og hvem du følger og deres metadata. F.eks. når du bruger Twitter, LinkedIn og andre professionelle sociale medier, så får du løbende anbefalinger om at følge eller forbinde dig med andre.

Gennem dit netværk opbygger du både din fremtidige vidensbank OG dit digitale omdømme. Du får forslag om emner, der kunne være interessante for dig, baseret på dit valg af nøgleord, og hvad du tidligere har klikket på og forslag om personer, der ligner dem, du allerede følger.

På sociale netværk som Facebook og LinkedIn, skal der en gensidig accept til at oprette en forbindelse. På medier som Twitter, Slideshare, YouTube og Pinterest kan du vælge at følge andre, og andre kan vælge at følge dig uafhængigt af hinanden.

Over tid vil dem, du har forbundet dig med, dem du følger og i mindre grad dem, der følger dig, også påvirke dit digitale brand. Den nye trend er, at rekrutterer såvel som de sider, der samler data om dig, også analyserer hvem, der er i dit netværk samt deres adfærd som en automatiseret og integreret proces i mange rekrutteringer.

Bind medierne sammen med API'er

Hver gang du har mulighed for at logge ind med et af dine sociale medier, så er der tale om et API, der styrer, hvilke data, du kan føre med over. Det er den tjeneste, der har din profil, der bestemmer, hvilke data, du må bruge på andre medier. Du kan f.eks. få dine LinkedInopdateringer ud på Twitter med et klik, og du kan embedde (indlejre) slidesharepræsentationer i din linkedinprofil. API'er binder medierne sammen, så der føres information fra det ene medie til det andet. Ligesom en bro; når broen er nede, kan trafikken køre, og når API'et aktiveres, kan data føres fra det ene medie til det andet.

DIN EGEN HJEMMESIDE / BLOG

Lær at lave en hjemmeside i et CMS. En hjemmeside er den mest effektive metode til at håndtere online omdømme. For det første fordi, det er *din* talerstol, for det andet fordi du kan indlejre indhold fra egne og andres sociale medier - og det giver Google-juice - men vigtigst er, at du kan skabe tillid til dig. En hjemmeside på eget domæne virker top professionelt og opleves som meget troværdigt.

På din blog er det dig, der bestemmer over og ejer dit indhold. Du kan samle alt det bedste om dig eet sted og du viser, du behersker digitale kompetencer. Du kan gøre det professionelt og alligevel gratis via Wordpress, der er det mest benyttede open source CMS i Europa. Du behøver ikke at kunne programmere eller kende til design og der er masser af designs at plukke fra. På Youtube finder du masser af guides, der viser, hvordan du gør.

Kan du lide at skrive, har du et emne, du brænder for, tager du fantastiske fotografier, kan du lide at være kreativ med tekst og billeder, ja, så er wordpress fantastisk.

Gå til wordpress.com og følg anvisningerne trin for trin. Vælg et tema, der er responsivt, og hvor du kan linke til dine sociale medier. Embed dine tweets, lav en 'Om mig' / About Me side og integrer indhold fra dine sociale profiler.

GENBRUG DATA I VISUELLE PROFILER

Når du har de første offentlige profiler på plads, kan du på forholdsvis kort tid sammensætte 'det bedste af dig' profiler, der omsætter dine data til visuelle præsentationer, der er optimerede til søgemaskiner.

De primære sociale medier og netværk tilhører første generation af medier, hvor du over tid producerer en mængde data.

Du er medejer af disse data og kan derfor genbruge dem på de nye data-genbrugs-medier og få endnu flere hits på dit navn. Der kommer hele tiden nye til, og de fleste kan tilgås via dit login til LinkedIn, Facebook og Twitter.

Målet med søgeoptimering er, at du skaber et godt første indtryk online. Halvdelen ligger i teknikken (Et link til profilen bliver vist højt oppe i dit søgeresultat) og den anden halvdel ligger i det indtryk, din profil efterlader, efter man har klikket på linket. Dine profiler skal altså målrettes til både algoritmer og til mennesker.

SAML DINE DIGITALE FODSPOR ÉT STED

Du kan genbruge opdateringer fra dine sociale medier i en af de mange nye sociale tjenester, der bygger oven på bl.a. LinkedIn, Twitter og Facebook.

Grundstenen er API'er – forkortelsen for Application Program Interface. Afsendermediet bestemmer, hvilke data du kan tage med. Modtagermediet bestemmer, hvad data bruges til.

Nogle bruger dine data til at bygge et visuelt CV kaldet datavisualisering. Nogle bruger dine data til at beregne en score – kaldet dataanalyse. Og de nyeste, personal data management systems, giver dig analyser af din samlede digitale færden og adfærd.

API'er er den gode måde at samle data på, fordi du selv aktivt skal give dit tilsagn til at dele data om dig.

CV BYGGET PÅ DATAVISUALISERING

Billeder tolkes hurtigere end ord, og et visuelt CV er mere spændende end et traditionelt:

vizualize.me henter data fra LinkedIn og lægger farver og grafik ind over og bygger infographics. Du kan redigere indholdet. Særligt visualisering af sproget og lande er sjove. Publicér på vizualize.me/ditnavn.

about.me er en visuel præsentationsside med links til, og det nyeste indhold fra dine sociale medier. Upload et profilbillede, skriv en kort bio og design baggrunden. Publicér på about.me/ditnavn. Tilknýt dine sociale medier og find profiler, som du kan lide og giv og modtag komplimenter.

Collections: Lav en samling af profiler inden for bestemte emner og områder. Har du en hjemmeside? Så kan du indlejre din about.me-profil på din hjemmeside.

flavors.me gør det samme som about.me; brug tid på at tilpasse udseendet, så har du næsten din egen professionelle hjemmeside.

Du kan henvise til dit visuelle CV i din linkedin-profil (se kap. 4 om at indsætte 3 weblinks i din profil), i din mail-signatur, dine ansøgninger og i dit CV.

KURATERING

Ved at samle indhold fra dine medier, kan du over tid bygge egne tidslinjer og fortællinger, f.eks. i form af din løbende opdaterede avis. At formidle et bestemt emne, kaldes at kuratere.

paper.li Udgiv din egen avis (nyhedsmedie) med det eller de emner, du vil kendes for. En software-robot arbejder for dig ved hele tiden at søge på nettet efter aktuelle artikler med dine søgeord. Du udvælger de artikler, der skal vises. Det tager 5 minutter at oprette en sådan avis - og herefter opdaterer den sig selv. Du kan løbende justere indholdet.

scoop.it er et tilsvarende site, hvor du kan "kuratere" fag og emner.

Din egen hjemmeside. En hjemmeside, med dit navn i domænet, giver stor magt over dit digitale omdømme. Dels er der gode muligheder for, at din hjemmeside bliver placeret øverst. Dels efterlader du et digitalt kompetent indtryk og du har din egen talerstol. Vi anbefaler Wordpress, der er et open source CMS, som er forholdsvis let at gå til. Der findes en masse plugins, der kan installeres, og som henter indhold fra dine forskellige profiler – alt sammen er med til at styrke indtryk og gennemslagskraft hos søgemaskinerne. Embed dine tweets på din hjemmeside - og link til din hjemmeside fra din LinkedInprofil. Læg link på din hjemmeside til dine sociale profiler - og gradvist opbygger du din egen medieplatform, der skaber den synlighed, du fortjener. En personlig hjemmeside tager mere tid at vedligeholde, men den tid er rigtig godt investeret.

BLIV KLOGERE MED DATA OG ALGORITMER

Big data er intet i sig selv - bare en bunke oplysninger om alt muligt. Vejen til viden går gennem datavalidering, sortering, analyse og beregninger. Disse beregninger, algoritmer, er lange regnestykker, ligninger, som på baggrund af de indsamlede data kommer frem til en konklusion.

Mennesker har altid været nysgerrige på fremtiden og ledere og magthavere afhængige af at kunne forstå, hvad der vil ske i fremtiden. Viden giver magt og store mængder data giver mulighed for megen viden og megen magt.

Algoritmer baseret på big data bliver brugt til at forudsige alt - lige fra kunders potentielle køb i en nær fremtid, hvornår en reservedel på en lastbil bryder sammen og til, hvordan man skal styre trafikken.

I den kommercielle verden taler man om en algoritmeøkonomi, fordi der kan tjenes eller spares penge. Det er kombinationen af big data og persondata, der kan fortælle om det enkelte individ, og som er særlig potent.

I rekruttering begynder data-algoritmer at træde i stedet for den menneskelige evaluering. Målet er at finde og udvælge de helt rigtige medarbejdere hurtigere og mere objektivt. Det første er indenfor rækkevidde mens det andet, objektiviteten, fuldstændig afhænger af dem,

der strikker algoritmerne sammen. Fremtidens magtfulde mennesker sammensætter de algoritmer, der styrer andre menneskers skæbne.

PERSONDATA + ALGORITMER = VIDEN OM OG INDSIGT I MENNESKER

I nutidens krystalkugle, algoritmen, bruges persondata til at kortlægge individet. Virksomheder har værktøjer, der analyserer CV'er, ansøgninger samt digitale fodspor, og summerer det op i sorterede oversigter over de bedst egnede, de måske egnede og de uegnede.

Colleges i USA bruger data til at forudsige en elevs chance for at bestå til normeret tid eller opnå en bestemt karakter. Data indsamles blandt andet fra sociale medier, intranettet og kameraer på skolens lokaliteter for at beregne, hvor ofte og hvor længe en elev besøger biblioteket, hvor mange timer, der bruges på Facebook, hvor mange timer, der bruges på skolens intranet og fagsider og så fremdeles. Surfer eleven via skolens internet, kan skolen også se de hjemmesider, eleven har besøgt.

PERSONLIGHEDSTEST BLIVER DATADREVNE

Persontypetest bruges professionelt, når virksomheder ansætter. Formålet er at finde ud af, hvad der motiverer en person, og hvad der sker, når personen kommer i en presset situation. Som arbejdsgiver bruger man persontypetesten til at forsøge at forudsige, hvad der sker efter en person er ansat.

Indblik i egen og andres persontype hjælper også til, at man siger tingene på en god måde, når der opstår konflikter. Nogle persontyper foretrækker fakta, mens andre mere er til følelser. Når du kender dig selv og forstår dem, du taler med, har du gode muligheder for at forebygge og opklare misforståelser.

I en personlighedstest bliver du stillet mange spørgsmål og skal tage stilling til forskellige dilemmaer. Dine svar scores til den persontype, du tilhører. Resultatet er altså udelukkende baseret på dine svar, hvor

ærlig, du vælger at være og hvor godt, du kender dig selv. De data-drevne personlighedstest samler data og analyserer dem, som om det var dine svar. De test, du kan prøve på nettet tager udgangspunkt i 'The Big 5' eller i Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). Prøv først en klassisk persontypetest - så har du et sammenligningsgrundlag.

De klassiske persontypetest er udviklet over flere generationer og er baseret på stor variation i datamaterialet. Persontyperne herfra danner grundlaget for de datadrevne persontypetest.

På dansk: MBTI på jobindex. Myers-Briggs Type Indicator er her oversat til dansk. Klik dig gennem spørgsmålene og scor din persontype.

På engelsk: Test på engelsk - spørgsmålene er anderledes, men bygger også på Myers-Briggs. Som bonus får du at vide, hvordan "du" (din type) er som kæreste, forælder, ven og kollega.

NB! Facebook Connect ulmer i baggrunden, så du skal lige sikre, at du har slået den fra med disconnect.me eller Ghostery.

'The Big 5' er en fælles betegnelse for de fem personlighedstræk, som alle mennesker har i større eller mindre grad. Prøv den her: <http://www.truity.com/test/big-five-personality-test>

Din persontype baseret på dine data. I den klassiske testmetode er resultatet afhængig af, hvor ærligt du besvarer spørgsmål - altså hvordan du tager stilling til teoretiske valgmuligheder. Dine adfærdsdata er baseret på, hvad du har gjort - ikke, hvad du siger eller tror - du vil gøre. De nye værktøjer samler og analyserer data produceret *af* dig suppleret med data *om* dig og scorer så din type ud fra disse data.

Persontypetest baseret på dine data fra Facebook. Hvad fortæller dine Facebook-data om dig? Er du udadventt eller indadventt? Følelsesmæssig stabil eller er du halv-neurotisk? Rolig og tillidsvækkende eller i dine følelsers vold?

Applymagicsauce.com (tidligere: youarewhatyoulike.com). Cambridge University har udviklet værktøjet, hvor individer kan få analyseret deres personlighed ud fra delinger på Facebook og hvor du kan få en psykologisk tekstanalyse. Der er flere muligheder for at afprøve traditionelle test samt at bruge egne data. Du kan også prøve deres nye værktøj, der ud fra en tekst du har skrevet, gætter hvilken personlighed, der står bag. (Engelsk, 1000 ord).

Analyzeweords www.analyzeweords.com. Du kan indtaste ethvert Twitter-navn og tjekke humøret, og hvornår på døgnet, personen tweeter (viser, om du er en natteravn eller morgenmenneske). Semantiske analyser fungerer (indtil videre) kun på engelsk.

Crystalknows samler data om personer fra det åbne internet og fra profiler på sociale medier. Gennem crawling og scraping, samler programmer de data op, der er knyttet til en bestemt persons updates og profiler. På baggrund af disse data fastslås persontypen. Fordi Crystal knows henter data fra det åbne net, behøver du ikke være i netværk med de personer, hvis persontype, du ønsker at kortlægge.

Sådan gør du: Gå til Crystalknows.com og registrer dig. Afvent dit login, som du får per mail. Log ind og søg på en person, du kender. Start gerne med dig selv. Se, hvordan du beskrives, og hvordan man helst skal tale, skrive og interviewe dig for at opnå din sympati. I hvor høj grad synes du, at det passer?

Især i salgøjemed kan det betyde rigtig meget, at man ved, hvordan man bedst opbygger sympati med den, man vil sælge til - og kommunikationsformen betyder faktisk noget her. Taler du modtagerens sprog, opbygger du større tillid. (Og dét er præcis dét, som annoncører kan udnytte.

Og så kan du ellers begynde at søge på alle de personer, du er nysgerrig efter at kende bedre. Deres personlighed bliver serveret med et klik på få sekunder - en proces, der i 'gamle' dage tog timer og dage.

INDSIGT I DINE DATA - INDSIGT I DIG

I takt med, at du producerer flere data, følger værktøjer, der kan give dig et samlet overblik over de data, du har spredt ud på de forskellige medier. Her er nogle værktøjer, du kan afprøve med dine egne data. Samtidig kan du jo prøve at forestille dig, hvilken viden du ville have, hvis du kunne se det samme for alle dine venner og bekendte. (Og det er jo præcis dét, som de store medier kan, og det er denne dybe indsigt i, hvordan man kan få dig til at reagere, der bliver brugt til valg-, salgs- og meningskampagner).

Så meget ved Facebook - som minimum. Få selv et overblik over dine facebook-data, og hvad man kan regne ud ved at downloade dit arkiv, så du kan se, hvad en arbejdsgiver kunne få ud af at kræve dit login og password til din Facebook-profil for at få et job. Du får et overblik over alle dine statusopdateringer på en side, alle dine venner – både dem, du ikke har accepteret, dem, du har droppet og dem, der ikke har accepteret dig, alle dine fotos, videoer og hvilke områder du kan rammes med annoncemæssigt.

<https://www.facebook.com/dyi?x=AdmqEuAwOMzwx6su>

WolframAlpha Analyser dine facebook-data: Log ind på din Facebook-konto og gå til www.WolframAlpha.com/facebook og Klik på "Get YoYr Report". Accepter at WolframAlpha analyserer dine data og få et visuelt overblik over dine daglige opdateringer; hvornår på døgnet, hvor mange likes, du får i gennemsnit, din mest likede opdatering, hvem der kommenterer mest, hvem der videredeler mest, om dine venner typisk er singler eller i parforhold, hvor gamle de er og så videre.

Så meget ved Google - som minimum. Har du en konto hos Google? Så er Google godt i gang med at lave en social profil på dig. Målet er at kunne servere reklamer til præcis din smag. Se, hvor godt Google kender dig: www.google.com/settings/u/0/ads

Foller.me www.foller.me giver overblik over dine tweets, hastags, følgere mv.

Powrofyou www.powrofyou.com samler data fra sociale medier, browseren og hvad du ellers giver adgang til. På dit personlige dashboard vises opsummeringer og analyser af dine aktiviteter. F.eks. hvor mange timer du har brugt på bestemte hjemmesider, hvordan du har fordelt din tid mellem arbejde, shopping, sjov og sociale medier. Kan også installeres som udvidelse i din Chrome og Safari browser: Søg 'personal data' eller 'PowrOfYou'.

FÅ "LICENS TIL AT DELE" PÅ 4 UGER

På www.license2share.dk kan du følge **Et 4-ugers program** med daglige øvelser á ca. 10 minutter. Når du er færdig kan du udskrive **dit personlige License2Share-bevis**.

- **En opdateret oversigt** over værktøjer omtalt her i guiden
- **Video guides**, der viser, hvordan du installerer og bruger værktøjer
- **Inspiration** til undervisningen fra udenlandske undervisningssteder
- **Test** dit kulturelle udsyn
- **Opdatering** af denne guide (2 gange årligt)

STIKORDSREGISTER

A

About.me 44
Adblockfast 24
Alarm 18
Algoritmer 11, 46
Algoritmeøkonomi 46
Alias 26, 31, 32
Analyzewords 49
Anmeld 35
APF'er 44
Apple Smartwatch 25
Applymagicsauce.com (49

B

Baggrundstjek 12
Bandeord 14
Big data 46
Brandyourself.com 20
Browser 27
Browserudvidelser 19
Brugernavn 33

C

Chrome 19, 32
CMS 41, 42
Crystalknows 49
CV 10
Cykelture 25

D

Datavalidering 16, 46
Datavisualisering 44
Dataanalyse 16, 44
Dataopsamling 16
Digitale adfærd 12
Digitale fodspor 31
Digitale identiteter 6
Digitalisering 16
Direct Messaging 37
Disconnect 24, 28
Discoverly 19
Diskriminerende 14
Drukne søgeresultaterne 21
Duckduckgo 27

E

Egen hjemmeside 45
E-mail 33
Engelsk 33

F

Facebook 24, 27, 32, 40, 43, 50
Facebook-data 49
Facebooks Messenger 29
Fakenamegenerator 26
Findx 27
Firefox 27, 32
Flavors.me 44
Flickr 19
Foller.me 51
Forkortede URL's 37
Formål 7
F-secure 28

G

Ghostery 24
Globalisering 16
Gmail 18
Google 51
Google+ 32, 38
Google Alerts 18
Google-cv 17, 19, 31
Google dit navn 11
Grammarly 33

H

Hashtag 37
Helbredsoplysninger 25
HelloClue 25
Hemmelighed? 12
Hidemyass 28
Hola 28
Hulbee 27
Hushmail 26

I

Infographics 44
Instagram 18, 24, 40
IP-adresse 26, 28
IPredator 28

K

Klout.com 20
Kommentere 36
Kompromitterende billeder 25
Kred.com 21
Kryptering 16
Kulturel forståelse 16
Kuratering 45

L

Lastpass.com 30
Likes 36
Linkedin 32, 34, 40, 43
Linktjenesten 360Social 19
Lærerstandens Brandforsikring 5
Løbeture 25

M

Mailpile 26
Mail-signatur 44
Mention.com 18
Metadata 11, 18
Motivation 15
Myers-Briggs Type Indicator 48

N

Namechk 33
Negative ytringer 14
Neomailbox 26
Nøgenbilleder 12, 25

O

Offentlige brugernavn 33
Offentlig person, 13
Onion 28
Onlineidcalculator.com 20
Online omdømme 15
Online reputation management 15
Open source 42
Opera 27
Original-kilden 21

P

Page 40
Paper.li 45
Personlige blog 32
Personlighed 15
Personlighedstest 10, 47
Personlig hilsen 35
Picasa 19
Pinterest 32, 39
Politiske 25
Portrætfoto 33
Powrofyou 51
Primære sociale medier 32
Professionelle sociale medier 40
Profilbillede 37
Profiltekst 33, 37
Protonmail 26
Pseudonym 26

Q

Qwant 27

R

Rejseplaner 25
Rekruttering 10, 46
Religiøse 25
Riskoadfærd 25

S

Scoop.it 45
Seksuelle 25
Shares 36
Signal 29
Skoleopgaver 36
Skoleår i USA 9
Slideshare 32, 36
SnapChat 24
Sociale medie profiler 11, 32
Social media score 12
Socialt login 27
Startmail 26
Startpage 27
Studierapporter 36
Søgeoptimering 33, 43

T

Tags 36
Terra 27
The Big 5 48
Threema 29
Tinder-appen 13
TomTom 25
TOR 28
Torproject.org 28
Twitter 32, 33, 37, 40, 43

U

Udvekslingsstudent 10
Ungoogle.dk 18
Unsplash.com 37
URL 31

V

Vanity-URL 34
Video-samtale 16
Visualisering 16
Vizualize.me 44

VPN 27

W

WhatsApp 29

Wickr 29

WolframAlpha 50

Wordpress 42, 45

X

Xing.com 34

Y

Youtube 32, 39