

**MYTEN^{NO}
INTERNET**



PELLE SNICKARS & PER STRÖMBÄCK

MYTEN INTERNET

Volante

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD 7

SNÅLSKJUTS 15

MYTEN OM AFFÄRSMODELLEN

Robert Levine

REVOLUTIONEN BORTOM 140 TECKEN 39

MYTEN OM TWITTER-REVOLUTIONEN

Mariam Kirillos

GUD ÄR EN HACKER 57

MYTEN OM DEN NEUTRALA KODEN

Anders Rydell

DEM ÄR STOREBROR? 81

MYTEN OM INTEGRITETEN

Anders R. Olsson

DEN FLYKTIGA ANVÄNDAREN 111

MYTEN OM DET SPONTANA SKAPANDET

Lisa Ehlin

PROFITENS PROFETER 133

MYTEN OM IDEALISMEN

Paul Frigyes

OANSVARIGA UTGIVARE 155

MYTEN OM DET FRIA ORDET

Helienne Lindvall

NÄTET, STATEN OCH KAPITALET 179

MYTEN OM DEN FARLIGA STATEN

Per Strömbäck

ÖPPET SLUT 201

MYTEN OM ÖPPENHETEN

Pelle Snickars

FLER MYTER 233

MEDVERKANDE 243



FÖRORD

Vi talar ofta om digitaliseringen som något vi står inför. Men vi har levt med webben i snart två decennier och internet är ett halvysekel gammalt. Vi vet vid det här laget ungefär vad nätet innebär, eller tror oss veta det. Som den kanske mest produktiva offentliga investeringen i mänsklighetens historia har internet genererat enorma fördelar – kunskapsmässigt såväl som ekonomiskt. Men kulturens och informationens digitalisering i kombination med nätets kreativa destruktion av etablerade affärsmodeller har också varit högst brutal för vissa mediebranscher.

Allt fler aspekter av vår tillvaro *blir* internet, och som kommunikationsform är nätet fortfarande starkt associerat med allsköns tekno-utopiska föreställningar. Tillgång till webben betraktas av somliga rentav som en mänsklig rättighet.

Parallellt med en ökad digital mognad finns flera tecken på ett slags tilltagande cyberpessimism, där nätet inte längre kommer att lösa alla samtidens problem som den moderna framstegsformen framför andra. Kommunikationskanalen nätet är lika

demokratiskt gränslöst som det är diktatoriskt styrt – kommunikationsprotokollen regerar i så motto lika mycket som de reglerar. Internet är på ett plan öppet, men på ett annat skapat genom offentliga regleringar och teknik. Med högst skilda motiv spelar olika aktörer på denna dialektik mellan öppenhet och slutenhet, mellan övervakning, frihet och anonymitet. Intresset ljuger inte – vilket också är uppenbart i det sätt som nätet ställt det kommersiellas natur på huvudet. Till synes innovativa digitala affärsmodeller drivs inte sällan av riskkapital snarare än reella intäkter, och lösningen på finansieringen av nätets mångfald återfaller ständigt i övertron på tämligen enfaldig reklam. Lägg till att Googles algoritmer skenbart må arbeta utan kostnad, och att Facebookuppdateringar är gratis. Men all data registreras och våra åsikter och beteenden kartläggs.

Samtidigt går den digitala utvecklingen i vågor; även webben börjar få sin historia. Om cyberkulturens demokratiserande förhoppningar under nittioalet kom på skam i och med dotkomkraschen efter millennieskiftet, har den användargenererade webb 2.0 och sociala medieformer på senare år gjort att IT-sektorn är på stark frammarsch. Distribution av information och media sätter numera agendan, inte produktion av innehåll. *Content* förefaller inte längre vara *king* – kungar är snarare de bolag som tillhandahåller nätet och dess innehåll. Väl online har innehållsindustrins stora dilemma varit att få folk att betala igen, något som har fått den traditionella mediesektorn att hamna på defensiven. Olika slags strömmande tjänster utgör kanske en vändpunkt, men den mediala innehållsindustrins totala omsättning i Sverige motsvarar fortfarande bara en liten del av de svenska telebolagens vinst.

Med smartphones och mobilt internet är informations-

teknologin numera överallt närvarande. Kod omsluter våra liv, på gott och ont. Att vara uppkopplad är samtidens default, och den stora frågan är vilka konsekvenser det kommer att få för människor och samhället på sikt. Digitaliseringen berör såtillvida alla. Men i debatten hänvisas ofta till experter. Tanken att man måste ”förstå” ny teknik är ett teknikdeterministiskt paradigm som exkluderar många av dem som påverkas av de pågående förändringarna. Digitaliseringen handlar inte om förkortningar, frekvenser och bandbredd. Det handlar om samhället, ekonomi, kultur och rentav livet självt. Därför är det hög tid att granska de idéer och föreställningar som ligger bakom hur vi talar, diskuterar och skriver om digitalisering och nätet. Vad innebär egentligen begrepp som till exempel ”frihet”, ”öppenhet” och ”integritet”? Hur påverkar de våra idéer om teknik, och – inte minst – vilka intressen gynnas av rådande föreställningar?

Ur ett perspektiv utgör de samlade artiklarna i den här boken ett slags samtida diskurskritik av internet. Ur ett annat framstår boken som en digital samtidsdiagnos, även om vi redaktörer inte hyser några större illusioner att hävda något radikalt nytt som inte sagts tidigare. Redan 1997 publicerades faktiskt en bok på tyska, *Mythos Internet*, på ungefär samma tema. Snarare bör den här boken betraktas som ett debattinlägg i en pågående diskussion med fler frågor än svar. Flertalet av föreställningarna om internet är just påfallande dialektiska: å ena sidan, å andra sidan. I form av en pendelrörelse mellan av och på – mellan ett och noll – är därför grundtanken med denna bok att syna olika slags föreställningar, vilka under senare år präglade diskussionen om internet. Vid den tidpunkt då webben började att få sitt publika genom-

slag skrev Georg Henrik von Wright en snarlikt betitlad bok, *Myten om framsteget* (1993), en lika filosofisk som pessimistisk betraktelse över upplysningstänkandets gränser. Även om vi ibland förhåller oss skeptiska till hur internet diskuteras är vi redaktörer vare sig filosofer eller dysterkvistar i den sortens mening. Snarare är vi kanske alltför varma förespråkare av nätet. Vi är också tillräckligt gamla för att ha upplevt en tid *utan* nät, och därtill har vi under många år följt den digitala utvecklingen, men från högst olika utgångspunkter. Möjligen tillmäter vi alltså internet alltför stor betydelse, och kanhända riskerar även den här boken en släng av den teknikbegeistrade kritik som ibland drabbat allehanda digerati. Men vi menar ändå att diskussionen och föreställningarna om nätet ibland döljer mer än de ger sken av.

Det finns nämligen många digitala myter. Till exempel florerar en vida spridd uppfattning att internet enbart styrs av privata aktörer. Men i Sverige är det alls inte fallet; staten äger nästan 40 procent av aktierna i Telia Sonera, därtill ägs 85 procent av stadsnäten av kommunala bolag. Genom dem är stora delar av den lokala infrastruktur som gör internet tillgängligt för hushåll och företag alltså ett offentligt åtagande. Den pågående diskussionen om "ett öppet internet" är ett annat illustrativt exempel; nätdiskursen där öppenhet ses som fundamental för den digitala domänens utveckling är knappast neutral. Tvärtom favoriserar den vissa aktörer framför andra, speciellt telekombranschen och somliga webbföretag. Öppenhet är rentav den kommersiella logik som Google byggt sitt webbimperium kring – med fria sökningar och öppna program kan man som bekant tjäna kopiöst med pengar. När vår egen utrikesminister anordnar konferenser kring behovet av

ett öppet internet är det måhända lovvärt som demokratiskt initiativ, men från ett kommersiellt perspektiv gagnar det vissa mer än andra. Som Apple visat är ett öppet nät knappast optimalt för att göra affärer eller bygga en digital marknad. Därför är ett öppet nät heller inte med nödvändighet det som vare sig kunder eller medborgare önskar sig allra mest. Att det ”slutna” Apple med sina appar (vilka trafikerar internet snarare än webben) är världens högst värderade företag i en tid av digitala öppenhetslovsånger tål att tänkas på. Ordet ”öppet” är i sig också förvirrande. I teknisk mening betyder öppet att programkoden är möjlig att ändra, att andra kan utveckla koden, att informationen i en databas är okrypterad och möjlig att bearbeta. Ett öppet samhälle är något annat; det kräver yttrandefrihet, mötesfrihet, rörelsefrihet, insyn i offentliga institutioners beslut, att politiker kan hållas till ansvar och annat som vi förknippar med modern demokrati. Trots det bygger diskussionen ofta på antagandet om att det förra till och med orsakar det senare. Ord lurar här tanken.

Om en Roland Barthes för mer än femtio år sedan i sin *Mythologies* (1957) bokstavligen läste den samtida franska masskulturens som en form av modern mytbildning, där den mediala masskulturens ideologiska komponenter avslöjades som offentliga lögnar, är ambitionen med den här boken inte lika högtflygande. Men även det nya digitala samhället har sina myter. Ordet ”myt” har förstås flera olika betydelser, från gamla berättelser till religionens mytiska föreställningar. I det följande används begreppet främst som en föreställning kring något som egentligen inte stämmer; en myt är kort och gott en felaktig föreställning, en fantasi eller rentav en lögn. Dock inte sällan med ett intresse bakom. På så vis inordnar

sig den här boken i en tilltagande tradition av nätskeptiska böcker som publicerats på senare år, från Andrew Keen, Jaron Lanier, Nicholas Carr och Susan Mausharts *Nedkopplad* till svenska exempel som Jonas Andersson och Eric Schüldts *Framtiden* (de båda senare publicerades 2011). Dessa sinsemellan mycket olika författare har på flera sätt tematiserat den digitala kulturens baksida, ett slags digital baksmälla med utgångspunkten i att internet – trots alla utopiska förhoppningar och reella investeringar – inte kommer att infria samtliga förväntningar. Alla är inte digitala vinnare.

En annan viktig anledning till att vi gjort den här boken är att den konflikt som under 00-talet utspelade sig mellan mediebransch och pirater numera ersatts av en betydligt knepigare problemkomplex mellan IT-företag och mediebolag. Det råder inget tvivel om att (fil)delandets kultur används av telebolag för att implicit marknadsföra sina tjänster. Som konsument behöver man knappast en gigabits uppkoppling för att surfa på webben. Den centrala konfliktlinjen på nätet går numera mellan upphovsmän och deras representanter på den ena sidan, och olika distributörer och aggregatorer som använder teknologin för att (mer eller mindre) utnyttja deras arbete, på den andra sidan. Möjligheten för olika slags mediebolag att ta betalt för innehåll på nätet är en ödesfråga. Om fria informationsflöden och förändrade medievanor förändrat förutsättningarna för mediebranschen, är det alltjämt en öppen fråga hur betalningsviljan på nätet kan, bör eller rentav måste öka. Samtidigt sitter mediebolagen i knät på både telekomsektorn och den stora sökgiganten på nätet. Google är förstås helt nödvändig för att driva webbtrafik – en beroendesituation som ingen riktigt vet hur man ska ta sig ur.

Vi har valt att kalla den här boken *Myten om internet*. Titeln är medvetet polemiskt vald. Vår förhoppning är att den ska vara lika provocerande som inspirerande, och genom att demaskera några av myterna om internet ge nya perspektiv.

Pelle Snickars & Per Strömbäck, redaktörer
Visby, juli 2012





SNÅLSKJUTS
MYTEN OM AFFÄRSMODELLEN

ROBERT LEVINE



En onsdagskväll sommaren 2009 gav sig några killar från indiebolaget Dovecote Records ut på Manhattan för att ta några drinkar efter jobbet. De gick till Musical Box, en avslappnad bar i East Village. I vanliga fall brukade de ha stället för sig själva, så när de såg några pizzakartonger som låg på bardisken trodde de att det var bartendern som beställt dem för att få kunderna att stanna. Två av dem hade redan tagit för sig när en kvinna kom fram och sa att pizzan beställts till en firmafest. ”Ni kan inte ta nåt som inte är ert”, påpekade hon enligt Dovecotes blogg. Hon berättade att pizzan hade beställts av LimeWire, en *peer-to-peer*-fildelningstjänst som tjänar pengar på piratkopierad musik.

Det förändrade allt: ”Ni har redan stulit tillräckligt från oss”, svarade en av Dovecotekillarna. Hans vän snodde åt sig en pizzakartong och sprang. Men han kom inte långt innan en programmerare från LimeWire hällde öl på honom. Plötsligt hade upphovsrättskriget blivit ett matkrig. Nästa dag la Dovecote ut ett blogginlägg om händelsen. Det fick mängder av kommentarer: många av dem var arga på större skivbolag som stämmer privatpersoner för att ha spridit deras musik olagligt på nätet. Men Dovecotes ilska riktar sig egentligen inte mot fans som illegalt laddar ner deras releaser – bara mot företag som LimeWire, vars affärsidé är att uppmuntra och tjäna

pengar på det. En del kommentarer utmålade Dovecote som ett översittarbolag, men skivbolaget startade som ett studentprojekt på New York Universitys musikprogram. LimeWire, som släppt gratis mjukvara för att marknadsföra en premiumversion, grundades som ett vinstdrivande företag av en affärsman som tidigare arbetade på Credit Suisse First Boston – och som även är delägare i en hedgefond.

Men egentligen är det här inte en ideologisk konflikt. Flera år tidigare, när analytikern Josh Bernoff på Forrester Research intervjuade LimeWires operative chef, Greg Bildson, frågade Bernoff vad företaget skulle göra om någon la ut premiummjukvaran de sålde på en piratsida. ”Bildson berättade för mig att han blev ‘chockad’”, skrev Bernoff, ”över att någon kunde tänka sig att ta något så dyrbart som mjukvara.” Man kan fråga sig varför i övrigt förnuftiga människor börjat tycka att en låt är mindre värd än en påse snacks? Vad är det som gör att teknologiföretag kan göra affärer på innehåll som skapats eller finansierats av andra? Och även om ett företag som LimeWire i slutändan är beroende av att sälja intellektuell egendom – mjukvara i det här fallet – hur kommer det sig att så många kunder tror att det finns en magisk affärsmodell som ska göra att allt blir gratis på nätet?

KRISANDE AFFÄRSMODELLER

I över ett halvt decennium har praktiskt taget varenda chef inom media som fått frågan om hur deras strategi för att hantera den digitala världen ser ut, svarat på samma sätt: *Gör inte samma misstag som musikbranschen*. Många tror att de större skivbolagen avböjde att förhandla med Napster, och därigenom missade sin chans att göra fildelning till en laglig affärsverk-

samhet och därigenom gick miste om mängder av lovande möjligheter på nätet. Så sent som 2008 hävdade Electronic Frontier Foundation, en amerikansk teknikförespråkande lobbygrupp, att ”musikindustrin är den enda bransch som inte verkar kunna ha fildelning med i beräkningen för sin affärsmodell”.

För idealister på nätet som letar efter en bov i dramat är det ett tilltalande perspektiv. Men sanningen är mer komplicerad än så. Skivbolagen förhandlade med Napster, samtidigt som de bråkade i media, och många av de nya aktörerna på nätet som presenterade idéer för dem hade inga fungerande strategier. 2008 stod det klart att andra delar av mediebranschen hade än mer problem. Filmbolag tappade i dvd-försäljning till piratkopiering, medan tidningar ställdes inför orättvis konkurrens från aggregationssajter som sålde annonser – utan att dela kostnaderna för reportagen. Tv- och bokbranschen står nu inför liknande problem. Kanske är det svårare att tjäna pengar på onlinetjänster än teknikexperter vill få oss att tro.

Det handlar inte bara om att ha en felaktig affärsmodell. The Washington Post, som går att läsa gratis på nätet, har förlorat pengar, stängt kontor runt om i landet, och medgett att ”vi är inte längre en ledande, rikstäckande nyhetsorganisation”. MGM, som förlitade sig på betaltjänster, sålde för fem miljarder 2004, men fick bud på mindre än två miljarder dollar 2010. Och EMI, som prövat en rad olika strategier, slutade till sist hos Citigroup efter att ett privatkapitalbolag inte klarade av sina inbetalningar. Innehållet som de här företagen producerar på nätet är fortfarande relevant: artiklar från amerikanska tidningar når fler läsare än någonsin, och nio av tio av de mest populära klippen på YouTube är musikvideor från större

skivbolag. Problemet är att företagen i fråga inte tjänar särskilt mycket pengar på det.

Om man bortser från all hype så finns det bara en affärsmodell som fungerar: *att sälja något för mer än vad det kostar att skapa eller tillverka*. Allt annat är marknadsföring, eller någon form av produktsubvention. Kan man inte göra det så har man ingen affärsverksamhet – oavsett om produkten i fråga är konstnärliga verk eller annonsutrymme. Det verkliga problemet med internet är därför att ”försäljning” – vare sig det är mot betalning eller genom annonser – också sker genom tjänster som LimeWire. Och även om det är extrema exempel, så tjänar stora företag som Huffington Post också pengar på andras arbete, utan att erbjuda särskilt mycket till kompensation. Förtjänsten kan bli betydande: AOL köpte upp Huffington Post för 315 miljoner dollar. I en del fall är detta förvisso helt lagligt. Min poäng är att de företag som genererar värdet inte är de som får avkastning på sina investeringar. I ekonomiska termer, och faktiskt också i vanligt språkbruk, brukar detta kallas för att åka ”snålskjuts” – *Free Ride* – och därför valde jag också det som titel på en bok i ämnet jag publicerade förra året.

Den centrala konflikten i internets utveckling står dock inte, som kommentarerna på Dovecotes blogg kan ge intryck av, mellan medieföretagen och fansen. I stället går den mellan upphovsmännen och deras representanter på den ena sidan, och de olika distributörer och aggregatorer som använder teknologin för att utnyttja deras arbete utan tillstånd på den andra. Även om teknikchefer anklagar mediebolag för att ligga efter, får deras professionella innehåll plattformar som YouTube att växa. Det mesta av den konkurrens vi ser på nätet

är inte av det hälsosamma slaget, mellan företag som försöker tillhandahålla bättre produkter – det är mellan upphovsmän som försöker sälja sina verk, och (mer eller mindre) olagliga distributörer som tjänar pengar på dem utan tillstånd. Det är därför det är så svårt att bygga upp fungerande affärsmodeller på nätet – samma innehåll kan spridas av andra, som inte behöver bära kostnader för att producera innehållet. Även om företag ger bort innehåll, så som de flesta tidningar nu gör, hindrar det inte någon annan aktör från att sälja annonser på samma journalistik. Mediebranschen måste därför hitta bättre sätt att förpacka sitt innehåll för att locka till sig konsumenter – företag som Spotify och Netflix har visat hur det kan göras på ett bra sätt. Men det är svårt att få vilken bransch som helst att fungera när marknaden på nätet är satt ur spel.

DISTRIBUTION PÅ MARGINALEN

När man talar om internet brukar det hävdas att ”information vill vara fri”. Uttrycket myntades 1984 av den inflytelserika tekniskribenten Stewart Brand på ett konvent för datahackare. Det blev snart ett mantra för hela mediebranschen. Det är därför tidningar (fortfarande) ger bort innehåll gratis på nätet, YouTube inte tar betalt av sina användare och musikfans förväntar sig att album ska finnas tillgängliga gratis. Tyvärr har vi glömt resten av Brands citat: ”Å ena sidan vill information vara dyr, eftersom den är så värdefull. Rätt information på rätt plats kan förändra ditt liv. Å andra sidan vill information vara fri, eftersom kostnaden för att få ut den hela tiden blir lägre och lägre.”

Anledningen till att det är så svårt att komma på en fungerande affärsmodell på nätet finns i detta citat: ”Kostnaden för

att producera innehåll har inte ändrats så mycket, men kostnaden för att distribuera det har sjunkit till nästan ingenting.” Brand förutspådde detta. Men han rekommenderade inte upphovsmän att ge bort sitt arbete gratis – han gjorde sig en mindre förmögenhet i förlagsbranschen med sin *Whole Earth Catalog*. Ett år innan sitt berömda uttalande, fick han exempelvis ett förskott på 1,3 miljoner dollar för att skriva *Whole Earth Software Catalog*. Brand satte alltså för nästan trettio år sedan fingret på den konflikt som kommit att definiera hela mediebranschen.

I ekonomiska termer har de fasta kostnaderna för media förblivit ganska stabila. Det är fortfarande relativt dyrt att göra film, tidningar eller att spela in ett studioalbum. Teknologin har gjort att priset på den utrustning som behövs visserligen har sjunkit, men en stor del av kostnaderna går till personal: skådespelare, reportrar och producenter förväntar sig fortfarande att få betalt. Priset på en hygglig dator med ordbehandlare sjunker hela tiden, men det har inte påverkat hur mycket jag tjänar som skribent. Samtidigt har marginalkostnaden för att kopiera och distribuera produkterna kraftigt sjunkit – en film som kostat 150 miljoner dollar att göra kan numera spridas i hela världen till nästan ingen kostnad alls. Argumentet att media på nätet borde vara gratis har sina rötter i teorin att priset på alla varor ska sjunka mot marginalkostnaden. Eftersom digital distribution blir billigare för varje år som går, argumenterade Wireds redaktör Chris Anderson i sin bok *Free: The Future of a Radical Price* att ”gratis är inte bara ett alternativ, det är den oundvikliga slutpunkten”. Men en teori som ekonomer tillämpar på handelsvaror och fabriksvaror fungerar helt enkelt inte på media – som aldrig har prissatts det på sättet.

En del av förvirringen kommer från att man blandar ihop förpackningen med produkten. Om man tror att en konsument en gång i tiden betalade 15 dollar för plastskivor, är det inte konstigt att tro att distribution på nätet kommer att göra musik gratis. Men om man inser att det folk verkligen betalade för var musiken på skivorna – och det tror jag är ett rimligt antagande, med tanke på hur mycket dyrare de var än tomma skivor – måste man betrakta en helt annan uppsättning kostnader. Inte ens intelligenta människor förstår alltid den här skillnaden. Det finns till exempel en talande scen i Ken Aulettas bok *Googled: The End of the World as We Know It*, där företagets medgrundare Sergey Brin säger till Auletta att fler människor skulle läsa hans bok, om han la ut den gratis på nätet. När Auletta frågar Brin hur han ska finansiera skrivandet av den, kan dock Brin inte ge något svar.

Om priset på filmer sjönk till enbart marginalkostnaden, skulle till exempel filmstudior inte kunna betala för dem. De skulle ha tre valmöjligheter: stänga ner verksamheten, göra filmer till reklam för andra produkter, eller sälja det första exemplaret av varje film för flera miljoner dollar, och sen tillåta gratis nedladdning efter det. Andra typer av media skulle stå inför samma utsikter, fast i mindre skala. Inget av det låter kanske som en lovande strategi, och det beror på att det inte fungerar att prissätta media till marginalkostnaden i verkligheten. Problemet med de flesta nya affärsmodeller är att upphovsmännen eller deras representanter som prissätter varor för att kompensera för sina underliggande kostnader, alltid kommer att ha svårt att konkurrera med pirater som verkligen kan erbjuda dem till marginalkostnaden. Det är billigare att köpa låtar från iTunes än att köpa cd-skivor i en butik, men pira-

ter kan fortfarande erbjuda dem helt gratis. Och fastän chefer inom både media och teknik gillar att prata om annonsfinansierade affärsmodeller som ”kan tävla med gratis” är det att förenkla den ekonomiska aspekten av mediebranschen. Med nästan all sorts gratismedia följer alltid något annat pris, till exempel annonser eller att be kunderna om deras e-postadresser – något som pirater kan kringgå. Och gratis media vars mål är att marknadsföra en annan vara medför nästan oundvikligen kompromisser – en del författare pratar om att ge bort böcker för att skapa en efterfrågan på betalda föreläsningar, men man kan med rätta fråga sig när en bok istället blir en reklambroschyr med hårda pärmar. Finns det någon som faktiskt kan argumentera för att det skulle bli bättre tv med fler produktplaceringar?

Företagsledare inom media tenderar ofta att förenkla den här frågan genom att skylla allt på piratkopieringen, men det är knappast hela problemet. I stället är det den lättillgängliga, illegala tillgången på allt slags innehåll som har skapat en icke-fungerande marknad där det i slutändan är valfritt att betala – vilket har satt priset på digitala varor till nära nog noll. Det påverkar alla företag som sysslar med eller finansierar media – indiebolag såväl som konglomerat, nybörjare såväl som äldre företag. Samma icke-fungerande marknad som har förstört mediebranschen har lett till en växande utbredning av teknikföretag som använder det till sin fördel. Ju fler musikvideor en artist ger bort, desto mer tid tillbringar konsumenterna framför Googles YouTube. Ju mer Amazon och Apple pressar priserna på böcker och musik, desto mer är folk beredda att betala för en Kindle eller iPod. Det är därför som teknologiföretag, särskilt Google, lägger så mycket tid på att propagera

för friare upphovsrättslagar. I teknikbranschen är informationen som vill vara fri alltid den information som egentligen tillhör någon annan.

Internetföretag hävdar att det som händer är en oundviklig följd av tekniska framsteg. Men det är i eget intresse. Det finns inget med snabbare transfereringshastighet eller billigare processorer som i sig främjar företag som åker snålskjuts på det värde som andra skapat. Problemet är att internet har ersatt äldre metoder att distribuera, men på ett sätt som inte gör att inkomsterna går tillbaka till upphovsmännen. Det blir en orättvis konkurrens. Samtidigt är otillåten distribution förstås inget nytt – det är därför vi har upphovsrättslagar. Idén att sälja otillåtna kopior av album går exempelvis tillbaka till vinylskivans tid, och människor har tryckt piratkopierade böcker i hundratals år. De här produkterna har alltid varit billigare än sina lagliga motsvarigheter, men skillnaden har aldrig varit så stor som nu. Tidigare fick man (åtminstone) i utvecklingsländerna betala något slags pris för att få tag på detta utbud – att gå till ett riskabelt område, handskas med opålitliga försäljare, eller som i fallet med piratkopierade dvd:er, riskera att en film som kopierats med en videokamera var för skakig för att se. På internet är piratsidorna bara ett klick bort, och utbudet hos de största förleder konsumenterna att lita på dem. I stället för att ge indiebolag och större bolag likvärdiga chanser, har internet sänkt trösklarna för både upphovsmän och kriminella.

FÖRÅLDRAD UPPHOVSRÄTT?

Den första riktiga upphovsrättslagen var Storbritanniens Statute of Anne, år 1709. Den växte fram ur The Stationers Company, ett tryckmonopol som kontrollerade utgivning,

och tillät en skyddstid på 14 år, som kunde förlängas i ytterligare 14 år. Den var tänkt att ”uppmuntra utbildning” för det allmännas bästa. USA:s upphovsrättslagar följer en liknande logik: ”För att främja framsteg inom vetenskap och användbara konstarter, genom att under en begränsad tid säkerställa upphovsmäns och uppfinnarens exklusiva rätt till sina respektive skrifter och upptäckter.”

Aktivister på nätet presenterar ibland upphovsrätten som ett relativt nytt påfund, vilken ger upphovsmän ett ekonomiskt monopol under en viss tid, för att stimulera att skapa mer. De hävdar också att upphovsrätt hindrar kreativiteten i ”remixkulturen”, där dagens färdiga verk blir morgondagens råmaterial. Och ja, när det kommer till massarbetsprojekt som Wikipedia och Linux operativsystem är individuella rättigheter mest i vägen. Det passar bra med trenden mot dekonstruktion, som har gjort även akademiker mer skeptiska mot romantikens ideal om det individuella geniet. Om vi alla skapar kultur, varför skulle en person – än mindre ett företag – äga den?

De här argumenten grundar sig dock i en selektiv historieförståelse. Även om upphovsrätt är en relativt ny juridisk doktrin, så går tanken att upphovsmannen har rätt till sitt verk tillbaka längre i tiden, ända till de europeiska ”tryckprivilegierna”, som tjänade ett liknande syfte. Tanken att upphovsrätt tjänar ett gott allmänt syfte är ett drag i den angloamerikanska juridiska traditionen, och upphovsmän har en omistlig rätt till sitt verk i Frankrike och de kontinentaleuropeiska länder som det franska rättssystemet influerade. Den allmänna deklARATIONEN om mänskliga rättigheter från 1948 erkänner att: ”Var och en har rätt till skydd för de ideella och materiella intressen

som härrör från vetenskapliga, litterära och konstnärliga verk till vilka han eller hon är upphovsman.” Till och med i USA är kongressen ålagd att ”säkra” upphovsmännens rättigheter – det handlar inte om att bevilja dem.

Teknikchefer hävdar ofta att upphovsrätten är en relik från en tid av tryckta texter, men den är egentligen viktigare än någonsin. Innan tryckpressen gjorde det enkelt att kopiera manuskript, var upphovsrätt inte särskilt relevant eftersom marginalkostnaden på media var så hög. När det blev enklare och billigare att distribuera böcker, blev det nödvändigt att se till att författarna fick betalt. Upphovsrätten behöver visserligen uppdateras för att passa internetåldern, men det har blivit viktigare att se till att författare får betalt nu när marginalkostnaderna på media har sjunkit. Det är lätt att argumentera för att upphovsrättslagar sträcker sig över för lång tid och är för omfattande. Men att internet är fullt av livskraftiga verk – och att det som professionella skapar ändå fortsätter vara så populärt – talar ändå för att vi måste göra något rätt. Upphovsrätt kan vara ett hinder för remixkulturen, men det har inget att göra med den massiva, illegala distributionen av professionellt innehåll på fildelningstjänster. Professionella upphovsmän som samplar andras verk vill fortfarande få betalt för det – fråga vilken rapartist som helst. Och remixkultur är ofta beroende av professionellt skapande. Lagarna kanske gör det svårt att remixa en poplåt, men det skulle vara mycket svårare om låten överhuvudtaget aldrig spelats in. Det är en anledning till att länder utan fungerande upphovsrättslagar inte exporterar särskilt mycket kultur.

Ideologer på båda sidor av upphovsrättsdebatten verkar ofta se det hela som en moralisk fråga. Mediebranschen kla-

gar över en generation av konsumenter som inte följer reglerna, medan några juridiska akademiker talar om tillgång på information som en "rättighet". Men de flesta av de menings-skiljaktigheterna blir inte mer än pretentiösa branschdispyter. De som skapar och finansierar kultur vill sälja den till ett högt pris, medan företag som distribuerar den på nätet vill betala så lite som möjligt. Det är precis vad man skulle kunna vänta sig. Det är också anledningen till att många av de organisationer som förespråkar svagare upphovsrätt får en betydande del av sin finansiering från teknikföretag. I USA ger Google bidrag till intresseorganisationen Public Knowledge, medan Eric Schmidt är ordförande för The New America Foundation, en ansedd tankesmedja som mer aggressivt började förespråka öppen teknologi när Schmidt blev mer engagerad. I Storbritannien utövade Google påtryckningar för att få David Cameron att lätta upp upphovsrättslagarna, med motiveringen att de försvårar att starta teknikföretag, utan att presentera fakta eller bevis på att så är fallet. Båda företagen och deras styrelser donerar generösa summor till Creative Commons, en organisation som uppmuntrar artister att bortförhandla rättigheterna till sina verk – och där Googles grundare Sergey Brins svärmor, Esther Wojcicki, är vice ordförande.

Internetföretag brukar ogilla upphovsrätt, eftersom det gör det svårare att dra nytta av den minskande kostnaden för att sprida information. Deras bransch är lågprisdistribution, och ju mer de kan påtvinga sin modell på den traditionella mediebranschen, desto mer pengar kan de tjäna. Men mediebranschen måste fortfarande generera tillräckligt mycket inkomst för att täcka sina fasta kostnader. I Carl Shapiro och Hal Varians bok *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*

från 1998 hävdade de att eftersom innehåll kan kopieras billigt, ”har det länge varit känt att någon form av ’privatisering’ av informationen – såsom upphovsrätt – bidrar till att säkerställa att den produceras”. Idag arbetar Varian som chefsekonom på Google, där han hjälpt till att designa auktioner på nätet, vilket gjort att sökjätten kunnat optimera annonspriserna i stället för att sälja dem för marginalkostnaden. Men fastän Google har hävdat att upphovsrättslagarna måste ändras, pekar Varians bok på motsatsen. ”Är upphovsrättslagarna hopplöst föråldrade?” undrade han och Shapiro då. “Vi tror inte det.” Samma sak gäller idag.

ATT GE BORT INNEHÅLL

I över ett decennium har teknikexperter vidhållit att mediebranschens framtid ligger i gratis innehåll. För att få en uppfattning om hur detta fungerat kan man titta på Wired – en tidning där jag arbetade som redaktör från 2002 till 2004. I februari 2008 publicerade tekniktidningen en förstasidesnyhet om den kommande gratiskulturen på nätet: “Why \$0.00 Is the Future of Business.” Artikelns resonemang utgjorde också kärnan i Chris Andersons bok *Free*. Anderson pekade på de sjunkande priserna på datalagring och bandbredd, och deklarerade att ”trendkurvor över kostnaderna för att göra affärer på nätet pekar alla i samma riktning: mot noll. Den faktiska kostnaden för att distribuera musik har verkligen nått botten.”

Anderson hade rätt om distribueringskostnaden. Men priset för att distribuera musik, filmer, böcker, eller någon annan form av media har mycket lite att göra med själva skapandet av innehållet. Och fastän tekniken gjort det möjligt att spela in på en bärbar dator, krävs det vanligen experter för att göra ett album

som låter fantastiskt – producenter, låtskrivare och ljudtekniker. Eftersom få av dessa åker ut på turné eller säljer t-shirts, måste de få betalt för det arbete de gör. En vän till mig minns ett föredrag som handlade om att ”Abbey Road Studios nu får plats i en bärbar dator” – han undrade var man skulle göra av (den legendariska Beatlesproducenten) George Martin.

Två och ett halvt år senare deklarerade Wired i septembernumret 2010 att: ”The Web Is Dead.” Magasinet skrev att internettrafiken var på väg att flyttas över till delvis slutna plattformar som Microsofts Xbox Live och Apples App Store, på bekostnad av den öppna webben. Flera månader tidigare hade Wired börjat marknadsföra en iPad-app man var tvungen att betala för. Vad var det egentligen som hände där emellan? Till att börja med glömde många medieföretag bort den underliggande kostnaden för innehåll. Wired innehåller till exempel många fascinerande historier och fängslande fotografier, vilket förstås kostar pengar. Att sälja innehåll på webben visade sig svårare än medieföretagen trott, framför allt eftersom konsumenterna började förvänta sig att få det gratis. Och kanske viktigast av allt: många företag började räkna med annonsfinansierade affärsmodeller, trots att det inte fanns tillräckligt med reklamdollar för att räcka till alla. Tänk bara på den amerikanska tidningsbranschen. För tio år sedan såg tidningschefer internet som ett enkelt sätt att få vad de alltid velat ha: en större publik för de annonser de säljer. Eftersom distribution på nätet var gratis, fanns miljontals läsare bara ett klick bort – och således annonsförtjänster inom räckhåll. De var något på spåren – tidningsjournalistisk har aldrig varit mer populärt. Men de bortsåg från det grundläggande faktumet om tillgång och efterfrågan.

I flera decennier hade tidningsutgivare kunnat sätta annonspriser i en tryckerivärld med begränsat annonsutrymme. På nätet är tillgången på annonsutrymme dock obegränsad, och som ett resultat är nu de flesta internetannonser värda en tiondel eller tjugondel av sina tryckta motsvarigheter. De enda företag som kan ta ut högre annonspriser är de som har information om sina användare – giganter som Google och Facebook. Medan optimister pekar på en växande annonsmarknad på nätet, så växer samtidigt den marknadsandel som kontrolleras av de två jättarna.

Webb-tv-branschen har det svårt av samma anledning, och tv-historien visar varför att förlita sig på reklamintäkter kan vara en begränsande strategi. Under flera decennier tjänade amerikanska tv-bolag uteslutande pengar på reklam, så de gjorde program som kunde nå så många tittare som möjligt, oavsett vad de kände för dem. Det var den affärsmodellen som gav oss *Dallas* och *Dynasty*. Sedan, när kabel-tv-industrin lyckades övertyga konsumenter om att betala för underhållning de redan kunde få gratis, gav avgifterna bolagen ett incitament att utveckla program som en del tittare var villiga att betala för. Runt hälften av kabel-tv-räkningarna delas upp på olika kanaler, i form av ”distributionskostnader”. Det var den affärsmodellen som gav oss tv-serier som *Mad Men*. Ironiskt nog skulle nog tv-showen som hyllar Madison Avenues glansdagar inte kunna tjäna pengar på enbart reklam.

Det här betyder inte att det inte finns en framtid i gratis media. I framtiden borde gratis- och betalmedia blomstra sida vid sida, precis som det idag finns både gratis- och betaltidningar. Men annonspriserna stiger inte, och andra gratisstrategier har sina egna begränsningar. *Freemium-*

modeller, där företag ger bort en del innehåll för att kunna sälja mer, blir i slutändan reklamstrategier för att sälja mer media. En thrillerförfattare som säljer sista kapitlet i en bok som är gratis, säljer fortfarande innehåll – han eller hon marknadsför det bara på ett annat sätt.

De flesta strategier för gratis media handlar i slutändan om just detta: att ge bort media gratis för att sälja något annat. Det kan fungera för en del musiker, som kan ge bort album och sälja konsertbiljetter, men det är svårt att tänka sig i andra branscher – det är helt enkelt inte lika stor efterfrågan på att höra romanförfattare föreläsa. Vissa mjukvaruföretag med öppen källkod tjänar pengar på att skraddarsy produkter åt somliga kunder, men det verkar vara motsatsen till hur den kreativa processen fungerar, såväl som hur folk tar del av populärkultur. Och fastän det talas storslaget om mervärde och att röra sig från en ekonomi baserad på varor till en av tjänster, är mycket av det en tolkningsfråga – man skulle kunna debattera i timmar om huruvida Spotify är en vara eller en tjänst. Hur det än är med den saken, är det svårt att sälja prenumerationer om alternativet är gratistjänster med mindre reklam.

Andra samtida idéer handlar om medieföretag som ger bort produkter för att marknadsföra andra affärer, däribland merchandise, detaljhandel på nätet eller live-evenemang. Problemet som teknikexperter inte verkar räkna med är att de oundvikligen kommer att få konkurrera med andra företag som kan erbjuda samma produkter utan att stå för kostnaderna för media. Gillette kan förlora pengar på gratis rakhyvlar och göra förtjänst på att sälja rakbladen, detta eftersom de kontrollerar marknaden för sina rakblad. Samma sak gäller företag som säljer tv-spelskonsoler, vilka kan sälja sina produkter för lägre

pris än produktionskostnaden, eftersom de vet att de kommer att få royalties på framtida försäljningar av spel. I de flesta fall är dessa strategier beroende av immaterialrätt, som kan innefatta patent och varumärken såväl som upphovsrätt. Band som ger bort musik och säljer t-shirtar skulle ha svårt att konkurrera med företag som kan sälja t-shirtar billigare, eftersom de inte behöver finansiera musiken. Till och med Grateful Dead, som lät fans spela in deras konserter och handla med kassettbanden, använder immaterialrätt för att få monopol på att sälja t-shirtar med bandets bilder på.

AVSLUTNING

Att ge bort innehåll är en strategi – men under tiden blomstrar många av företagen som tar betalt för media. Två av de mest framgångsrika tidningarna i denna kategori är The Wall Street Journal och The Financial Times. I magasinvärlden har The Economist lyckats med samma strategi. Betalväggar fungerar till och med för en del mindre tidningar, som Arkansas Democrat-Gazette, framför allt på grund av att de i slutändan uppmuntrar sina läsare att fortsätta prenumerera på den mer lönsamma, tryckta upplagan. Samtidigt förlorar brittiska The Guardian, som satsat mycket av sin framtid på gratisjournalistik på nätet, pengar varje år.

Det är förstås lönlöst att försöka stoppa teknologins framsteg, att sörja vinylskivor eller tryckta tidningar. Som distributionskanal är internet ett stort kliv framåt i effektivitet jämfört med plast och papper, och det ska med rätta hyllas. Men vi borde även undersöka vad distributionstekniken för med sig, eftersom också nätet snart kommer att vara lika vardagligt som en gång vinyl och tidningspapper. Framtiden är helt

enkelt inte vad den brukade vara. Det var meningen att internet skulle ge upphovsmännen mer makt, och utöka underhållnings- och informationsmarknaden som skapats av i-länderna. Ur ett kulturellt perspektiv var internet tänkt att skapa nya former av kreativitet, inte bara göra det billigare att producera de gamla. Mer än 15 år efter att webben blev mainstream, är det nu dags att erkänna att det inte blev så. De flesta musiker fokuserar på att marknadsföra sig själva, snarare än att hitta nya sätt att presentera sina verk. Nya organisationer fokuserar på hur man kan ”göra mer – med mindre pengar”, i stället för att utforska nya sätt att berätta med hjälp av interaktiva medier. Det är därför det blivit så populärt med *crowdsourcing*. Jag har ännu inte hört någon som faktiskt föredrar att läsa en crowdsourcad-artikel – hela idén tycks kretsa kring att låta ett trendigt ansikte stå för kostnadsbesparingar. I sin bok *You Are Not a Gadget*, pekar datavetaren Jaron Lanier på att två av de populäraste tjänsterna i internetålderns tid är Wikipedia och Linux, varav ingendera kan sägas tänja gränser. Kollektivet är sällan producent av innovationer.

Internet har undergrävt betydelsen av mellanhänder som skivbolag och studior, bara för att ersätta dem med några mäktiga plattformar som dominerar handeln på nätet – och vars mål kraftigt skiljer sig från upphovsmännens. Fram till nu har skivbolag och tidningar i allmänhet haft att göra med distributörer som delat samma intresse som de – att sälja produkter med vinst. Men Apple tjänar det mesta av sina pengar på prylar, medan Google säljer annonser som matchas mot sökresultat på nätet. Det ger dem motiv som skiljer sig kraftigt från de mediebolag de har att göra med.

De här problemen är inte så mycket resultatet av kraftfull

teknologi som dåligt fungerande reglering. Internet sprang inte ur Zeus panna – eller ens Al Gores – och det fungerar som det gör på grund av lagar, inte bara teknisk prestanda. Och viktigast av allt – det är upp till oss att utforma internet, inte tvärtom. Under det kommande årtiondet kommer vi att få välja mellan två visioner för världen på internet: mediebolag som vill att internet ska fungera mer som Apples App Store, eftersom delvis slutna plattformar gör handel enklare genom att försvåra piratkopiering (men knappast göra den omöjlig). Internetföretag vill att Facebook och App Store ska vara helt öppna, på samma sätt som webben är, eftersom det är en fördel för deras sätt att göra affärer. Vi borde låta båda dessa modeller existera sida vid sida, så att upphovsmän kan ha rätt att ge bort innehåll gratis, sälja det eller använda sig av vilken annan strategi de vill. Precis som att en viss innovation bara kan existera på en öppen plattform, finns det andra som är beroende av ett slutet system. Det är svårt att föreställa sig någon som skulle investera i Björks *Biophilia*-projekt eller tv-spelen *Grand Theft Auto* på ett nätverk med ohejdad piratkopiering – och ändå visar båda dessa projekt hur teknologin kan framställa populära konstverk.

Precis lika beroende som mediebolag är av att kunna sälja sina produkter, så är Google det av en öppen webb där deras affärsmodell med billiga annonser kan blomstra. Det är därför företaget slår ner på alla försök att förändra status quo inom nätregleringen. Medan konsumenter ser Apple- och Facebookprodukter som tekniska framsteg, betraktar Google dem ofta som hot mot det öppna nätet – och deras affärsidé att sälja annonser överallt där de kan. Trots allt prat om innovation, har Google och andra teknikjättar samma agenda som

medie- och telecomföretagen de motarbetar: *Regleringar för dig, men inte för mig*. Detta är inte särskilt förvånande – företag försöker alltid driva igenom sina egna intressen, men få har lyckats så bra med att förväxla dem med allmänhetens intressen som de.

Nätaktivister menar ofta att framtiden på nätet handlar om ett val mellan kontroll och kreativitet – men vad det egentligen handlar om är handel eller kaos. Ett helt slutet system skulle tillintetgöra hela syftet med internet. Men det skulle även ett helt öppet system, där det i långa loppet skulle bli omöjligt att sälja digitala medier, eller över huvudtaget något som kan reduceras till ettor och nollor. Vi skulle få en kommunikationsinfrastruktur från 2000-talet, som skulle understödja en 1600-talsekonomi, där artister skulle behöva mecenater och där endast fysiska objekt skulle ha något värde. Det låter inte som framsteg i mina öron.

Hur framtiden än ser ut, visar historien att man inte kan ha en fungerande ekonomi utan någon slags marknad. Man kan heller inte ha en marknad utan någon form av äganderätt, och rättigheter betyder ingenting om man inte kan driva igenom dem. Internet är fantastiskt, men vi måste fråga oss om vi vill förstöra en marknad för kulturprodukter som är flera hundra år gammal. Slutligen bör vi fråga oss om inte affärsmodellerna för tekniksektorn också måste förändras.







REVOLUTIONEN BORTOM 140 TECKEN

MYTEN OM TWITTER-REVOLUTIONEN

MARIAM KIROLLOS



I det forntida Egypten var faraon den mäktigaste personen i riket. Han eller hon (oftast han) styrde över allt i landet, även de religiösa templen. Faraon betraktades som en gudomlig person, som alla var tvungna att underkasta sig. Han sågs som hälften människa, hälften gud. Idag, tusentals år senare, har den moderna faraon inte längre gudomlig status. Han tituleras heller inte längre ”faraon”, utan ”president av den arabiska republiken Egypten”. Tillsammans med hundratusentals egyptier på Tahrirtorget (”Befrielseorget” på arabiska) ropade jag ”Al Sha’ab Yourid Isqat Al Nizam” – Folket kräver regimens fall – under det 18 dagar långa upproret, som började den 25 januari 2011. Jag, och kanske även andra som var där, skulle närmast beskriva stämningen på torget som ett Utopia. Jag såg de rynkiga ansiktena, de nyfödda barnen, de täckta ansiktena, kvinnorna med sina långa mörka hår utsläppta, alla med gemensamma krav: ”Bröd! Frihet! Social rättvisa!”

Det finns ett egyptiskt skämt om en man som vågar rösta emot regeringen i ett parlamentsval. På väg hem från röstningen börjar mannen föreställa sig alla hemska saker som skulle kunna hända honom och hans familj om myndigheterna fick reda på detta, så han skyndar sig tillbaka till röstningslokalen och talar med den ansvarige polismannen. ”Ursäkta mig”, säger han, ”men jag tror jag gjorde fel på min röstsedel.” ”Ja,

det gjorde du”, svarar polisen, ”men oroa dig inte. Som tur är upptäckte vi ditt misstag och har redan rättat till det. Nästa gång får du vara mer noggrann.” En vecka efter det egyptiska valet 2005, som föga överraskande vanns av Hosni Mubarak med 88,5 procent av rösterna, publicerade Brian Whitaker detta skämt i en artikel i The Guardian. Det brukar sägas att ett land kan styras med morot eller med piska. Skämtet ovan säger en del om Egyptens långa historia av diktatoriskt styre, där man främst har använt sig av piskan. Moroten har i regel helt glömts bort.

När människor från olika delar av världen frågar mig om hur jag ser på de sociala mediernas roll i den egyptiska revolutionen, så brukar jag svara att det krävs mer än ett tangentbord och en tweet på 140 tecken för att starta en revolution. Det som bland annat har bidragit till att ge Facebook en del av äran för upproret är artikeln ”Is Egypt About to Have a Facebook Revolution?”, publicerad i Time i slutet av januari 2011. Begreppet ”de sociala mediernas revolution” befäste där ytterligare föreställningen om Twitters och Facebooks roll i revolutionen. Dessutom tog västvärlden ut revoltens seger i förskott, redan efter Mubaraks avgång den 11 februari 2011. Beklagligt nog trodde också majoriteten av alla egyptier att revolutionen var över genom att man störtat Mubarak. De glömde den verkliga striden, och de ouppklarade affärer de hade med den sittande regimen. Västerländsk media bidrog också starkt till den felaktiga uppfattningen att revolutionen var över efter de första 18 dagarnas uppror. Den egyptiska revolutionens fredlighet glorifierades, och egyptierna var stolta över hur världen betraktade dem. Det fanns till och med västerländska ledare som tyckte att den fredliga, egyptiska

revolutionen borde studeras i skolan. Men att revolutionen är över motsägs av de många protesterna, protesttågen och till och med massakrerna på dem som fortfarande kräver regimens fall, på slagfältet – och inte på Twitter.

Efter Mubaraks avgång skanderade folket: ”Erfa’a Rasak Foq, Enta Masri” – Håll huvudet högt, du är egyptier! De orden återspeglar något som egyptierna aldrig har fått uppleva under decennier av förtryck: värdighet. Jag tror personligen att den enda seger revolutionen hittills fört med sig är att bryta rädslans bojar, och inge modet att stå upp för grundläggande mänskliga rättigheter. Detta var det egyptiska folkets seger, inte de sociala mediernas.

MYTEN OM TWITTER-REVOLUTIONEN

I en opinionsundersökning gjord av BBC om förtroendet för media bland urbana egyptier, var de viktigaste nyhetskällorna under en typisk vecka tv (72 procent), tidningar (17 procent) och internet (6 procent). Enligt Internet World Stats statistik hade knappt 22 miljoner egyptier tillgång till internet i december 2011, av en befolkning på nästan 83 miljoner människor. Och enligt en rapport från Dubai School of Government om sociala medier i arabvärlden, finns det runt 130 000 Twitteranvändare i Egypten. Är det verkligen ett tillräckligt stort antal – 1,5 promille av befolkningen – för att få unga egyptier att ställa sig framför bepansrade polisfordon, som de som besköt demonstranter med vatten i Al Qasr Al-Aini den 28 januari? Jag tror inte det.

Jag tror i stället att den 17 december 2010 var en viktig katalysator för de regionala upproren, mer än alla slags sociala medier. Det var dagen då Muhammed Bouazizi, en ung akade-

miker, tände eld på sig själv i Sidi Bouzid i Tunisien, efter att polisen beslagtagit frukt och grönsaker som han sålde olagligt för att försörja sig. Det fanns en växande ilska och frustration i landet över de höga arbetslöshetssiffrorna, och Bouazizis självupppoffrande handling blev startpunkten för en serie händelser som ledde till diktatorn Ben Alis avgång den 14 januari 2011. Tunisiernas seger gav hopp åt miljoner araber som levde i diktaturer.

När jag var på Tahrirtorget den 12 februari och firade revolutionens första steg och Mubaraks avgång, såg jag en man som bar på en skylt där det stod ”Tack, Facebookungdomar!” I det ögonblicket insåg jag att till och med en del egyptier – på grund av västvärldens påverkan – fått uppfattningen att det här var en nätburen revolution. Denna åsikt gjorde att användare av sociala medier avskärmades från den faktiska verkligheten, och hur den genomsnittlige egyptiern upplevde det som hände. Det känns olustigt att höra västerländsk media referera till revolutionen som ”Twitterrevolutionen” eller ”Facebookrevolutionen”. Om det är något som givit denna revolution kraft så är det martyrernas blod, och det enorma antal människor som är beredda att dö för en nations frihet.

Men visst har sociala medier spelat en roll, inte minst som kommunikationsverktyg. Det var tack vare dem som fotona på 28-åriga Khaled Saids förvridna ansikte spreds, efter att han misshandlats till döds av polis i juni 2010. En Facebooksida som hette ”We Are All Khaled Said” skapades då. En planerad protest som skulle ske i januari 2010 (den årliga Polisdagen) gick ut på den Facebooksidan. Där krävdes höjd minimilön, ett slut på undantagstillståndet och en begränsning av presidentens ämbetsperiod till högst två mandatperioder. Polisdagen

2011 var den första dagen av protester mot statens brutalitet och korruption. Tusentals människor intog under lugna former gatorna i städer runtom i Egypten på de anvisade demonstrationssplatserna. Poliserna var beredda och började avfira vattenkanoner och tårgas för att skingra folkmassorna. Under tiden rapporterade statlig tv om allt möjligt som inte rörde protesterna ute i landet, medan demonstranterna genom Facebook och Twitter tiggde om mediebevakning. Men vid lunchtid blev plötsligt Twitter och Facebook otillgängliga, och också Bambuser bekräftade att deras direktsändningar blockerades i landet. Många egyptier tog då till proxyservrar för att kringgå blockeringarna och kunna fortsätta att dela med sig av nyheter. Långt ifrån alla som använde internet i Egypten visste hur man använder en proxyserver, men trots detta samlades en stor folkmassa på Tahrirtorget senare samma kväll.

De sociala medierna var ett redskap som möjliggjorde mobilisering. Dessutom fungerade de som relativt trovärdiga nyhetskällor på plats, i stället för det korrupta budskap som propagerades i traditionella medier. Precis som tv, radio och tidningar är sociala medier ett medium – inte ett budskap. McLuhan hade fel. Sociala medier gav medborgarjournalister en möjlighet att visa och berätta för andra vad de upplevde, och bidrog på så vis till att förbättra situationen. Men jag tror inte att någon tjänar på att kalla den arabiska våren för de sociala mediernas revolution, utom ägarna till dessa sociala nätverk. Även om de sociala medierna bidrog till att sprida information, så var brytpunkten för upproret fredagen 28 januari, i Egypten mer känd som "Vredens fredag". Då beslutade den sittande regeringen att stänga av alla kommunikationskanaler, inklusive internet och mobiltelefonnätet. Genom att göra det tror jag att

Mubarak sköt sig själv i foten. Fler människor strömmade till, inte bara mot Tahrirtorget, utan även torg i Alexandria, Suez och andra större egyptiska städer. Följden blev att regeringen gav fler människor anledning att ge sig ut på gatan för att ta reda på vad som hände – och när de befann sig bland människor med liknande åsikter och såg hur starkt missnöjet var, föddes ett uppror.

Utän denna utlösande händelse tror jag ändå att vi skulle ha sett fortsatt oro i det sociala rummet – men inte i närheten av mobiliseringen av en hel befolkning. När jag pratade med folk på torget, i protesttågen eller i kollektivtrafiken, frågade jag dem hur de såg på användandet av sociala medier i Egypten. Åsikterna gick isär, men de flesta var överens om att ”Twittervärlden” var helt isolerad från ”den egyptiska gatan” eller den allmänna opinionen. Under de första tre dagarna av upproret – från och med den 25 januari tills internet och alla kommunikationer stängdes ner den 28:e – stödde merparten av Twitteranvändarna upproret, och mobiliserade protestströmmen genom att twittra och avslöja det som traditionell media undanhöll för folket. Efter den andra februari då internet och telefonlinjerna var tillbaka, fanns dock Mubaraks anhängare också överallt på Facebook och Twitter. Till exempel skapades en Facebooksida som hette ”I’m Sorry Mr. President” för att ge stöd åt Mubarakregimen, och nya Twitteranvändare försökte driva på ett slags kontrarevolution.

Nyligen åkte jag med en revolutionär taxichaufför som hade 25 januariklistermärken över hela sin bil, och bilder på martyrer från de första 18 dagarna av revolutionen. Jag var nyfiken på hans åsikt om de sociala mediernas roll i revolutionen, och om de var en bidragande orsak till att han gick till Tahrir-

torget. Jag frågade honom om han visste vad Twitter var. Han hade ingen aning, men gissade på ett amerikanskt klädmärke. Sedan frågade jag om han hade ett Facebookkonto, eller ens hade hört talas om protesterna via ”We Are All Khaled Said”. Han svarade: ”Jag har två barn, jag kan varken läsa eller skriva, och jag gick till Tahrirtorget för att mina barn inte ska sluta som jag.” Taxichauffören berättade att Tahrir är ett viktigt torg som han måste passera på väg in mot och ut från centrum. Den 26 januari såg han en stor folksamling där och oroligheter. Han frågade då människor på torget varför de protesterade. Sedan parkerade han sin taxi och anslöt sig till de hundratusentals demonstranterna på Tahrirtorget, som ropade efter frihet och social rättvisa. För det behövdes inga sociala medier.

TWEEPS

Twitteranvändare i Egypten kallas ofta ”tweeps”. Själv svarade jag på en väns inbjudan att skaffa Twitter i slutet av 2010, men skrev inte min första tweet förrän den 25 januari 2011. Eftersom mediebevakningen av händelserna på Tahrirtorget var bristfällig, bestämde jag mig då för att använda Facebook och Twitter för att skriva löpande uppdateringar på tre olika språk: engelska, arabiska och svenska. Jag använde hashtagarna #Tahrir och #Jan25, och översatte tweets från arabiska för att världen skulle få en uppfattning om vad som pågick i Egypten. Till en början var jag inte på plats på torget, men kände ändå ett ansvar för att världen skulle förstå det egyptiska upproret. Jag tror att många andra ”tweeps” har använt Twitter för samma ändamål.

Jag ställde följande fråga till mina Twitterföljare och Facebookvänner: ”Vad tycker du om att folk refererar till #Jan25

som "Twitter/Facebook-revolutionen'?" De flesta svarade på ungefär samma sätt. "Vilket löjligt uttryck!" sa en egyptisk Facebookvän, "upproret har alltid funnits där, det går tillbaka flera decennier i tiden. Den nya generationen kanske har kunnat använda de sociala medierna som ett slags medborgarjournalistik, men ett Facebookevenemang störtade inte Mubarak." En av mina arabisktalande twitterföljare lyckades på 140 tecken uttrycka sitt missnöje med uttrycket genom att skriva: "Det är inte rätt, man förringar folks svårigheter och förluster, folk som är analfabeter och som inte ens har tillgång till internet."

Strax efter att Mubarak avgick, intervjuades Wael Ghonim – grundare av "We Are All Khaled Said"-sidan på Facebook – av Wolf Blitzer på CNN, där han gav Facebook och Mark Zuckerberg en del av äran för den egyptiska revolutionens framgång. Ghonim har av västvärlden setts som en ikon för den egyptiska revolutionen, men har samtidigt fått hård kritik av aktivister och revolutionärer för sina uttalanden. Så vitt jag förstår har han på senare tid inte varit så aktiv på den revolutionära arenan.

"När du gör ett prov är det inte pennan eller kvaliteten på pappret du skriver på som avgör hur bra du gör ifrån dig. Pennan kanske kan hjälpa dig att skriva snabbare och mer, men i slutändan kan du aldrig ge verktygen äran för vad du åstadkommit", sa Noor Noor, en viktig politisk aktivist och revolutionsanhängare i Egypten, när jag träffade honom över en kopp kaffe i centrala Kairo, och frågade om den roll sociala medier spelade i revolutionen.

Noor har användarnamnet @NoorNoor1, och hans följantal stiger varje gång man uppdaterar webbsidan. I skrivande

stund har han 42 702 följare som prenumererar på hans twitter-uppdateringar. Noor anser att de sociala medierna används av en privilegierad minoritet i Egypten, och därför aldrig kan ge en rättvis bild av befolkningen. ”Jag tror att statistik och undersökningar som har tagits från sociala medier är helt betydelselösa för det egyptiska samhället”, påpekade han när vi talades vid. Noor vill därför hellre likna Twitter vid en ”ekokammare”, där aktivister inom sociala medier enbart lyssnar på varandra. Men Noor anser också att Twitter faktiskt spelade en viktig roll den 15 maj 2011, under kravallerna vid den israeliska ambassaden i Kairo. Han nämnde att många människor skaffade Twitter senare samma kväll, huvudsakligen för att hitta sina försvunna familjemedlemmar eller vänner. ”Jag förstod den makt Twitter har, när familjer berättade för mig att de skaffat Twitter den kvällen bara för att hitta sina barn . . . men en befolkning gör inte uppror på grund av internet, de gör uppror på grund av en rad faktorer som de tvingats stå ut med under flera decennier.” Noor ställde sedan följande retoriska fråga: ”Tror du att det har funnits en revolution i det förflutna som kallades för affischrevolutionen?”

I mitten av mars 2011 gick egyptierna för att rösta om tillägg i författningen, med hopp om en ny början för landet efter revolutionen. De föreslagna tilläggen bestod av nio artiklar. Många juridiska experter och revolutionära krafter trodde att dessa skulle misslyckas med att begränsa den nästkommande presidentens makt, och istället föra fram en ny Mubarak. Därför lanserades en NEJ-kampanj till författningsändringarna, som krävde att författningen skrevs om från grunden. En vecka innan folkomröstningen började egyptier ändra sina profilbilder på Facebook och Twitter till ”JA” eller ”NEJ”, som

ett sätt att visa sin politiska hållning gentemot omröstningen. Det rådde därför stor optimism bland aktiva inom sociala medier – även mig – tack vare det kraftiga övervikten av ”NEJ”-anhängare på nätet. Därför kom de officiella valresultaten, som visade att 77 procent av de röstande i folkomröstningen stödde författningsändringarna, som en chock. Den dagen förstod jag hur isolerade de sociala medierna är, och den ”ekokammare” som Noor talat om under vårt samtal.

”Vår satsning på Twitter visar på vår förmåga att identifiera lämpliga investeringar i lovande, snabbt växande branscher med global genomslagskraft”, sa Twitters senaste stora investerare, Prins Alwaleed bin Talal, till The Telegraph i december 2011. Inte långt därefter, i slutet av januari 2012, överraskade Twitter sina användare genom följande uttalande: ”Från och med idag ger vi oss själva möjligheten att reaktivt undanhålla innehåll från användare i ett visst land – och samtidigt hålla innehållet tillgängligt i resten av världen.” Twitter försvarade sitt beslut genom att hänvisa till kulturella och historiska skäl. Som exempel nämnde man att man ville kunna begränsa pro-nazistiska tweets i Frankrike eller Tyskland. Men frågan är: vem ska bestämma vad som är lämpligt eller olämpligt innehåll i en tweet? Kommer Twitter till exempel att blockera meddelanden i diktaturer på begäran av förtryckarregimer? Diktaturer runtom i världen skulle då med stor sannolikhet förbjuda alla tweets som stred mot deras uppfattning, med ”kulturella och historiska” skäl som ursäkt.

Om nu Twitter var ett viktigt verktyg för den revolutionära processen, hur ska man då förklara vad som hänt med deras syn på frihet? Svaret är sannolikt pengar. Flera ”tweeps” bestämde sig för att bojkotta Twitter just för att visa sitt mot-

stånd mot censurplanerna, av en slump på samma datum som internet ett år tidigare hade stängts av i Egypten. Hashtaggar som #TwitterBlackout och #TwitterCensored skapades för att stödja den elektroniska bojkotten. Jag twittrade själv följande den 27 januari 2012 (@MariamKirolos): ”#TwitterCensored ska veta att när internet stängdes av i Egypten, bestämde sig fler människor för att gå ut på gatan och protestera.”

Efter att Mubarak avgått som president fortsatte de brutala brotten som begicks mot de egyptiska demonstranterna varje månad. Media avslöjade inte övergreppen, utan framställde istället offren som fiender. Samtidigt insåg aktivisterna att bara ett begränsat antal människor kunde nås genom sociala medier, och bestämde sig för att försöka nå ut till fler. Man gjorde det bland annat genom gräsrotskampanjen ’Kazeboon’ (eller Lögnare), där man använde videofilmer och foton av övergrepp mot fredliga demonstranter, och satte upp filmvisningar på gator runt om i landet. The Daily News Egypt har intervjuat Ramy Shaath, medlem i Revolutionary Forces Alliance, som grundade Kazeboonkampanjen. I intervjun pekade Shaath på att ”opinionsundersökningar visat att majoriteten av alla egyptier inte känner till sanningen. Ännu fler tror på en ’okänd, utomstående faktor eller tredje part’, och på smutskastningskampanjerna som bedrivs mot aktivister eller fredliga demonstranter, som kräver sina rättigheter.” Det har inte varit lätt för volontärerna i Kazeboon att genomföra filmvisningarna och de har ofta hotats eller attackerats av regimanhängare, eller av människor som trott på statlig medias antikampanj mot de revolutionära grupperna. Kazeboon blev dock en framgång och lyckades sprida information till avlägsna områden i Egypten. Några Kazeboonfilmvisningar hölls också

i olika europeiska länder och i USA. Kampanjen har alltså lyckats förflytta sig från internet och de sociala mediernas värld, tillbaka till den ursprungliga världen och verkliga aktioner på Egyptens gator.

TWITTER-ELITEN OCH DE REVOLUTIONÄRA - EN SLUTSATS

När man promenerar runt i centrala Kairo i området kring Tahrir Street, kan man inte undgå att se cementmurarna som rests av armén och säkerhetsstyrkorna. De har byggts för att ”skydda” offentliga institutioner från demonstranternas ”våld”. Men dessa murar är mer än bara cementblock – de är numera visuella slagfält. Med konsten som vapen har revolutionärerna lyckats förvandla dem till ett verktyg för motstånd och protest. När media tiger, talar revolutionens murar genom konsten. Omar El Zeftawy, mer känd som ’Zeft’ (@Zeftawi), började måla graffiti strax efter revolutionens början. Han gjorde sin första målning för att hedra minnet av den palestinska martyren Muhammad al-Durrah, på 11-årsdagen av hans död. Zeft har om sitt arbete sagt: ”Budskapet som jag försöker förmedla till folk med min konst är att det egyptiska upproret inte är över, det var något som faktiskt hände och som pågår fortfarande.”

En annan grupp egyptiska aktivister och konstnärer lanserade i mars 2012 en kampanj som hette ”No Walls”. Kampanjens syfte var att skapa en illusion av öppna ytor på de sju murarna i centrala Kairo, genom att avbilda miljöerna som fanns bakom dem. Zefts mest kända verk är muralmålningarna ”Yesterday” och ”Tomorrow” på muren som byggts på Mansourgatan som blockerades av säkerhetsstyrkor i februari i

år. På den högra sidan av muren har Zefi avbildat det förflutna, till minne av martyrerna i Port Saidmassakern. På den vänstra sidan målade han ”Tomorrow”, för att trots det dystra nuet ge människorna på gatan en tro på Egyptens framtid. Målningen visar en mamma med en barnvagn och några barn på en gungbräda, under en stor, hoppingivande regnbåge. ”Gatukonst är verkligen tio gånger mer effektivt än att använda sociala medier, särskilt Twitter”, sa Zefi med övertygelse. ”Twitter är som en cirkel som med tiden blivit allt mindre och nu bara består av en sluten grupp människor som tweetar och retweetar varandras åsikter. Facebook kanske når ut till fler, men ingen av dem går att jämföra med genomslagskraften hos en målning på en allmän gata i Kairo. Jag väljer inte vem som går förbi och ser mitt budskap.”

Den politiska aktivisten och egyptiske twittraren Mohamed Abd El-Hamid (@MohAbdElHamid), gav också sin syn på saken under ett samtal: ”Sociala medier är egentligen väldigt viktiga, men jag tror att vi använder dem på fel sätt.” Abd El-Hamid menar att de sociala medierna tidigare användes som en plattform för revolutionära idéer, men de har alltmer blivit ett forum för att kritisera revolutionen. På grund av detta tilltalar de sociala medierna allt färre människor. Med en besviken underton tillade Abd El-Hamid: ”Innan #Jan25, använde vi Twitter för att kritisera regimen. Nu använder vi det för att kritisera varandra ... Twitter har, sorgligt nog, blivit en ond cirkel av kritik.” Personligen anser jag att det på Twitter har skapats en krets av mikrokändisar, som i media blivit ”representanter” för den egyptiska revolutionen. De flesta av dessa ”twitterkändisar” är privilegierade, flerspråkiga och högutbildade människor med många följare. Ofta är det de som

syns i media och bjuds in till olika talkshower. Några av dem är ofta på plats vid sammandrabbningar och i demonstrationståg och twittrar om dem. Andra nöjer sig med att kritisera det som pågår. Dessa kritiker delar inte nödvändigtvis samma politiska ideologi eller åsikter.

Samtidigt får man inte glömma bort deras roll i den egyptiska revolutionen. Utan twittrarnas rapportering skulle de statliga medierna lyckats mörklägga händelserna under revolutionens första 18 dagar. Men deras twitterkändisskap har skapat något av en stereotyp om hur en revolutionär ska vara. Antirevolutionära mediekällor anklagar gärna dem som inte stämmer in på bilden av en ”revolutionär” för att vara ”upploppsmakare” eller ”ligister”. Jag berördes starkt av männen och kvinnorna som stod i främsta ledet under de omtalade kravallerna på Mohammed Mahmoudgatan i november 2011. De hade täckt ansiktena med masker, sjalar och solglasögon, och kastade tillbaka tårgasbehållarna som säkerhetsstyrkorna slängde på dem. Under revolutionen har hundratals människor dött som anonyma martyrer: män och kvinnor, muslimer och kristna, unga och gamla. Antalet saknade människor i revolutionens spår fortsätter att stiga. En sak har de alla gemensamt: deras insatser var hjältemodiga, men de har förblivit anonyma. Gil Scott-Heron sa det redan på 1970-talet, och många egyptiska revolutionärer säger det idag – *the revolution will not be televised tweeted*.







GUD ÄR EN HACKER
MYTEN OM DEN NEUTRALA KODEN

ANDERS RYDELL



Balkhprovinsen, norra Afghanistan. Juni, 2011

En grå vålnad skymtar förbi bakom ett berg av sand, insvept från topp till tå i tyg för att värja sig mot det allomfattade dammet. Vi har inte sett någon på timmar, då vi färdats längre och längre ut i den Centralasiatiska öknen. Snart börjar fler vålnader skymta mellan dynerna, och öknen ger motvilligt efter för en grågrön, skör grönska. Med öknen som mur mot söder, och den breda mäktiga Amu Darjaflo den i norr, ligger här den lilla byn Bosariq mitt i ingenstans. Här lever turkmener, ett av Afghanistans fattigaste folk, i små lerhyddor som ger svalka mot den upp till 50-gradiga hettan. Knappt någon i byn kan läsa, äger man en ko betraktas man som rik. Risodling och mattvävning är de huvudsakliga inkomstkällorna. Här lever man ett liv som inte nämnvärt tycks ha förändrats sedan människor först slog sig ner här, förutom på en väsentlig punkt. Plötsligt ringer det. En av männen som vi träffar i byn letar fram sin mobiltelefon, och svarar. Det visar sig snart att de flesta familjer i byn har en mobiltelefon, trots att man saknar fast elektricitet. Laddar gör man med hjälp av en generator. Snart får jag också höra att den lilla inkomst byborna tjänar till stor del går till att betala mobilräkningar. Det är också genom dessa mobiler som byborna för första gången kopplar upp sig på internet. En generation av unga afghaner har redan gjort

det, som min guide Mohammed Rafi. Han är en av de 300 000 afghaner som idag finns på Facebook.

Bosariq är en spegel av en global utveckling, där människor i utvecklingsländer över hela världen idag tar klivet direkt från jordbrukssamhälle till digitalsamhälle, förbi hundratals år av teknisk utveckling – via sina mobiltelefoner.

Det är ett jättekliv in i moderniteten, vars konsekvenser ännu inte blivit fullt klara för oss. Det enda vi kan enas om är att de kommer bli omfattande, både i den lilla sociala och den stora politiska världen. Det är en utveckling vi är mitt uppe i. Framför allt skapar det möjligheter för människor att få tillgång till ny information, ta mikrolån och kräva politisk förändring.

En av de mest anmärkningsvärda aspekterna av utvecklingen är med vilken hastighet den sker. År 2000 hade 360 miljoner människor tillgång till internet, enligt Internet World Stats. Sedan dess har ytterligare drygt två miljarder människor (maj 2012) kopplat upp sig. Fram till 2020 kommer den siffran ha stigit till 5 miljarder. Till största del kommer tillväxten att ske i utvecklingsländer. Afrika har på ett decennium gått från 4 till 140 miljoner internetanvändare. Asien från 114 miljoner till 1 miljard. Enligt en studie från Ericsson som presenterades nyligen ökar internettrafiken via mobiler med 60 procent årligen. Enligt företagets prognos kommer 85 procent av världens befolkning ha tillgång till 3G-internet via sina mobiltelefoner redan 2017.

Denna utveckling beskrivs ofta som en revolution, en modern upplysning som kommer ge miljarder människor möjlighet att andas den digitala frihetens luft. På nätet får vi tillgång till fri information och fria idéer. En uppkopplad utopi

där människor i nätarrangerade uppror slutligen kan frigöra sig från sina världsliga förtryckare. En bild som inte minst har vunnit kraft under Arabvåren – även om det råder skilda meningar om vad sociala medier egentligen hade, och har, för betydelse.

Försvaret av internets ”frihet” har blivit en av vår tids mest brännande politiska frågor. Det är en kamp som förs på många plan, av många aktörer, av många olika anledningar. Hotet anses i regel komma från världsliga makter, illvilliga regimer, giriga skivbolag, klåfingriga säkerhetstjänster och överambitiösa justitieministrar. Kampen för frihet förs av både fria nätaktivister och organiserade piratpartister men också av bredbandsleverantörer och mjukvaruföretag.

Bilden av denna kamp är att internet föddes fritt, likt en Edens lustgård – och nu måste denna frihet försvaras från fiender som vill tränga in och kuva den. I denna ”lustgård” flödar information fritt utan hinder, varken tekniska, juridiska eller mänskliga. Det mest populära uttrycket för denna idé är den amerikanska författaren Stewart Brands ord ”*Information wants to be free*” – information vill vara fri. Även om den korrekta tolkningen snarare torde läsas: Information should be free.

Det utmärkande draget för de som försvarar denna frihet är en stark teknikpositivism, en tro på att den tekniska utvecklingen kommer att förbättra samhället – och i längden människan. Det råder ingen tvekan om att delar av den kampen som förs för nätets frihet, till exempel nätneutralitet, är berättigad. Bland de rörelser som strider för denna frihet finns också en stark närvaro av ett jämlikhetsideal – internet som en utjämnare av klass, mellan fattiga och rika. ”Eftersom vi anser att de möjligheter till kommunikation och informationsutbyte internet innebär är

något av det största som hänt i modern historia vill vi att internet ska vara en plats där alla deltar med lika villkor”, skriver det svenska Piratpartiet i sitt principprogram 3.4.

Problemet med denna önskan är att den är omöjlig. Det beror inte på att allas tillgång till nätet är en politisk omöjlighet, utan på att internet i sig manifesterar fundamentala ojämlikheter. Digital frihet kan inte reduceras till friktionen i informationsflöden. Det är en betydligt mer komplex fråga än så. Den handlar också om nätets arkitektur – och vem som kontrollerar den och har möjlighet att förändra den. Nätets ytliga informationsfrihet är byggd på en grund av teknisk ofrihet.

Det finns ett annat sätt att betrakta den digitala utvecklingen, som är betydligt mer klaustrofobisk – nämligen att vi håller på att omslutas av datorkod. Alltmer av vår omgivning håller på att förvandlas till ettor och nollor, det som vi kallar digitalisering. Det handlar om allt från våra kalendrar till våra vänskaper, kylskåpsinställningar och gener. De flesta av oss ser inte koden, många vet inte ens att den är där. Vi ser bara de vägar genom koden som vi har tillgång till, olika former av mjukvara. I denna värld är de flesta människor inte fria, tvärtom så är vi beroende av att det finns en ”väg” – ett programmerat alternativ. Verklig frihet erbjuds bara till dem som själva kan öppna vägar genom koden – programmerarna. Det är naturligtvis ingen slump att många av förkämparna för nätfrihet själva har denna kunskap. Den stora massan av internetanvändarna är, och förblir, digitala analfabeter.

Denna ojämlikhet hade inte varit lika oroande om internet samtidigt kunde erbjuda så många vägar att något som börjar likna ett fritt val skulle uppenbara sig. Dessvärre utvecklas internet idag i rakt motsatt riktning – och det lika snabbt

som dess utbredning. Internets snabba expansion har varit möjlig tack vare en ökad grad av tillgänglighet. När jag talar om ”tillgänglighet” menar jag den användarvänlighet – eller enkelhet – som idag präglar internetanvändandet. Bland stora teknik- och mjukvaruföretag är det populärt att tala om ”simplicity”. Inte minst Apples framgångar har byggt på en extrem form av användarvänlighet. Men ökad tillgänglighet har ett pris, nämligen att den begränsar vår frihet. Den leder till ökad kontroll och maktkoncentration. Ju enklare ett system är desto färre valmöjligheter ger det oss. Internets brist på mångfald manifesteras i att en tredjedel av världens internetanvändare är anslutna till en och samma sajt – Facebook.

Jag sökte i menyn, undermenyn, återvände tillbaka till eventsidan men den var försvunnen – som borttrollad. Det var som om knappen jag letade efter hade försvunnit i intet, det visade sig också stämma. Jag hade nyligen skapat ett event på Facebook och ville nå de inbjudna gästerna med ett meddelande. Något jag gjort många gånger tidigare under mina fem år på sajten – men plötsligt hittade jag inte meddelandeknappen. Det var först när jag tog mig in på Facebooks Help Center som jag fick ett svar: *”The ability to send a message to your guest list is no longer available.”* På ett ögonblick, för 800 miljoner människor, hade förutsättningen att kommunicera med gäster i Facebook-event i grunden förändrats. Och det skedde nästan helt utan att någon lade märke till det. Det kan i det stora hela tyckas vara ett litet problem, men det gestaltar ett mycket större.

Det jag fann mest frustrerande med den borttagna funktionen var inte att jag inte längre kunde använda den, utan att jag var helt oförmögen att påverka situationen. Jag blev

varken tillfrågad om ändringen eller kunde specialanpassa min Facebookprofil.

Sådana här justeringar sker på Facebook och i andra digitala medier hela tiden, oftast utan att vi lägger märke till dem. Ibland sker större förändringar, vilket inte sällan väcker tillfälliga protester som vid införandet av funktionen Timeline på Facebook – men efter ett tag brukar användarna foga sig och glömma. Förändringarna är aldrig så stora att vi inte känner igen oss, och kan navigera i den miljö vi lärt känna. Men många små ändringar förändrar med tiden den miljö vi en gång valde att etablera oss i. Det kan liknas vid en skog där några träd hela tiden sågas ner – och ersätts med nya. Vi lägger sällan märke till det. Men med tiden är hela skogen utbytt utan att vi lagt någon större vikt vid det. Denna succesiva tillvänjning är nödvändig när sociala nätverk ska transformeras från mötesplatser till börsnoterade kassakor.

I den ofta allt för entusiastiska debatten kring sociala medier framhävs, som så ofta i debatten om den tekniska utvecklingen, möjligheterna framför begränsningarna. Få talar om att Facebook idag är världens i särklass mäktigaste verktyg för social kontroll och att denna kontroll över 800 miljoner människors kommunikation ligger i händerna på en handfull människor.

De senaste åren har man, i den intellektuella diskursen kring internet, i mindre grad börjat tala om internet som en virtuell värld i sin egen rätt, ett ”cyberspace”, och mer tagit fasta på hur oförenlig den fysiska och den digitala sfären är. Det är inget fel på ett sådant perspektiv, däremot riskerar det att dölja de skillnader som faktiskt finns.

När vi talar om kontroll på och av internet är det viktigt att

skilja olika slags kontroll och frihetsberövande från varandra för att förstå hur strukturerna ser ut. Det finns många sätt att kontrollera internet och digitala medier. Jag skulle vilja fokusera på tre nivåer. Den första är den mest basala, den tekniska kontrollen som reglerar tillgången till internet i sig självt. Det är den trubbigaste typen av kontroll, där man stänger av delar av internet, enskilda eller samtliga medborgares tillgång till internet. Det är något vi har sett under Arabvåren – regimerna i Egypten och Libyen genomförde en ”full block” – en totalnedsläckning av internet under de folkliga revolterna. Denna kontroll kan liknas vid en on-off-knapp. Det är den tekniskt sätt enklaste typen av internetkontroll, där man i princip drar ur sladden.

Nästa nivå av kontroll är den som censurerar själva informationen på internet, det är en oerhört mycket mer komplicerad process. Det kan handla om allt från att blockera tillgång till vissa sidor till att censurera ord eller fraser. Mest känt är Kinas internetcensurprogram som går under namnet ”Golden Shield Project”. Systemet har varit effektivt, men knappast felfritt. Hundratusentals, kanske miljoner, kineser kringgår systemet. Men viktigast för regimen är att ”The Great Firewall of China”, som den digitala muren också kallas, stänger ute den stora kinesiska majoriteten. Men det kinesiska systemet för censur har ännu en grad av sofistikation, vilket jag ska återkomma till.

Censur av innehåll är inget som är begränsat till diktaturer, det förekommer i olika grad hos de flesta stora medietjänster, med skillnaden att censuren oftare grundas i moraliska eller juridiska snarare än politiska orsaker – om man nu kan göra en sådan uppdelning. Ett uppmärksammat fall var när tvåbarns-

mamman Kelli Romain 2007 upptäckte att bilder från hennes Facebookprofil plötsligt hade försvunnit. Det var bilder med ett väldigt specifikt motiv, de visade när hon ammade sin dotter. Bilderna togs bort utan förklaring. Som svar startade hon Facebookgruppen ”Hey Facebook, breastfeeding is not obscene!” som snabbt fick över 200 000 medlemmar och som också arrangerade amningsdemonstrationer utanför huvudkontoret i Palo Alto. Trots att kampen fortfarande pågår, och har väckt enorm uppmärksamhet världen över, har inte Facebook ändrat sin policy. Liknande fall av censur förekommer från YouTube och Apple Store till onlinevärldar som *World of Warcraft*.

Den tredje typen av kontroll är den mest subtila och svår-fångade, det är den som rör internets arkitektur. Den kontroll som finns dold i själva koden.

Lawrence Lessig, politisk aktivist och professor i juridik vid Harvard, gjorde i slutet av 1990-talet en mycket slagkraftig jämförelse mellan kod och lag:

”The single most significant change in the politics of cyberspace is the coming of age of this simple idea: The code is law. The architectures of cyberspace are as important as the law in defining and defeating the liberties of the Net. Activists concerned with defending liberty, privacy or access must watch the code coming from the Valley - call it West Coast Code - as much as the code coming from Congress - call it East Coast Code.”

Drygt ett decennium senare, med bakgrund av framväxten av Google och de stora sociala mediasajterna, kan man ta Lessigs varning för ”West Coast Code” på betydligt större allvar. Lessig utvecklade sitt resonemang i böckerna *Code and Other Laws*

of *Cyberspace* (2000) och uppföljaren *Code: Version 2.0* (2006). I den senare skriver han:

”Code is the ‘built environment’ of social life in cyberspace. It is its architecture. And if in the middle of the nineteenth century the threat to liberty was norms, and at the start of the twentieth it was state power, and during much of the middle twentieth it was the market, then my argument is that we must come to understand how in the twenty-first century it is a different regulator – code – that should be our current concern.”

Lessigs jämförelse mellan kod och lag är mycket intressant. Det finns dock skillnader mellan kod och lag, och det är genom att klargöra dessa som vi förstår vilken betydande roll kod har i dagens samhälle. Den viktigaste skillnaden rör det fria valet. Lag är de regler som gäller i ett visst rättssystem. I detta rättssystem kan vi, teoretiskt sätt, välja att antingen följa dessa regler eller bryta mot dem – och möta konsekvenserna av vårt handlande i en rättsprocess. Att vi har ett val att faktiskt begå ett brott är uttryck för vår fria vilja. Ett datorprogram består också av en uppsättning regler, som bestämmer vad vi kan och inte kan göra. Skillnaden är att koden inte bara sätter regler, den är också en arkitektur. Programmet sätter därmed inte bara reglerna, det kontrollerar också att vi följer dem, eller snarare tvingar oss att följa dem. Koden är till skillnad från lagen exekutiv, den är både lagstiftare och polis. I en digital miljö kan koden snarare jämföras med naturlagar. Koden sätter gränsen för vårt digitala universum. Därför är det möjligt att i kod inte bara förebygga juridiska brott, utan även moraliska eller vilken slags handlande som helst.

Den som kontrollerar koden kontrollerar ”världen”. Detta är naturligtvis något som regimer med mer sofistikerad censur är medvetna om. De kan censurera genom att ta kontroll över informationsflöden och hårdvara, men riktig kontroll når man genom koden. Det är huvudanledningen till att Kina blockerar sajter som Google, Facebook, Twitter, YouTube, Wordpress, Blogspot, Tumblr och Technorati. Det är i stort sett lönlöst att försöka censurera många av dessa sajter utan kontroll över koden – och framför allt de som administrerar den.

Den kinesiska regimen har istället anammat en mycket framgångsrik strategi där man uppmuntrar skapandet av inhemska kopior av sökmotorer och sociala medier – och kan därigenom utöva en mer direkt kontroll över koden. Ett exempel är Sina Weibo, som grundades i augusti 2009 efter att Twitter och andra utländska mikrobloggsajter blockerades i samband med de uppmärksammade upploppen i staden Ürümqi i juli samma år. Sajten, som är en blandning av Facebook och Twitter, har 300 miljoner registrerade användare (februari 2012). Många funktioner är direkt hämtade från sina internationella motsvarigheter, som meddelandegränsen på 140 tecken från Twitter. Sina Weibo samarbetar direkt med den kinesiska censuren. I början av april tog sajten till exempel bort möjligheten att kommentera under 72 timmar, då det florerade rykten om en statskupp. På detta sätt kan den kinesiska regimen i realtid kontrollera användarnas ”frihet”.

På samma sätt kontrollerar Baidu, den kinesiska motsvarigheten till Google, internetsöket och Youku, landets motsvarighet till YouTube, videor på nätet.

Systemet bygger på en hög grad av självcensur från företagens sida, då de är mycket medvetna om att deras existens

är avhängd av regimens välvilja. På detta sätt har man lyckats kombinera teknisk innovation med ett effektivt kontrollsystem. Genom direkt kontroll över dessa medier har Kina skapat en helt egen censurerad sfär av internet.

Hundratusentals kineser lyckas visserligen kringgå censuren, men hundratals miljoner gör det inte. Detta manifesterar återigen de digitala strukturernas ojämlikhet – för de som kan kontrollera koden anses nästan allt möjligt. Det är talande att hackern Neo i filmserien *Matrix* får gudalika krafter när han har nått ”förståelse” av den kod som håller den nersövda mänskligheten fången. På samma sätt som den digitala miljön är mer begränsad än ”verkligheten” för den digitala analfabeten, erbjuder den samtidigt större frihet för den invigde.

Häromåret publicerade tidningen Wired en artikelspecial med den provocerande rubriken ”*The Web is Dead. Long live the internet*”. Den bestod av två artiklar, den ena skriven av chefredaktören Chris Anderson och den andra av en av tidningens redaktörer Michael Wolff. Båda beskrev den dramatiska utveckling som internet har genomgått under det senaste decenniet.

Från att ha varit en relativt öppen rymd där många plattformar, mediasajter och mötesplatser samexisterade, konkurrerade och utvecklades parallellt till att bli en webb som till slut kom att behärskas av en enda aktör. Google blev som Wolff skriver: ”The imperial master over the world’s most distributed systems. A kind of Rome.”

Michael Wolff beskriver hur Google blev så dominerande att enda sättet att utmana imperiet (kommersiellt) blev att bygga ett alternativ till webben. Idag lever vi till stora delar i

det alternativet. Hur de flesta människor använder internet har förändrats radikalt över det senaste decenniet – en beteendeförändring som fortfarande pågår med full kraft. Den första betydande slaget kom med Facebook, det andra med iPhone.

Google härskar genom att sluka, i sin övergripande vision att digitalisera, indexera och göra världen sökbar. Genom att bygga en mur mot Google siktade Facebook in sig mot sökmotorns akilleshäl. Attraktionen med Facebook var just att det var ett slutet system, vars servrar låg oåtkomliga för Googles hungriga sökmotor. Facebook erbjöd också ett mycket mer attraktivt och tillgängligt sätt att hantera internets informationsöverflöd. Istället för det effektiva sökandet med oändliga möjligheter skapade våra vänner ett personifierat spamfilter mot överflödet. Tidigare var kärnan i nätanvändandet ”surfandet” mellan webbplatser, nu började vi istället göra strandhugg ut i den osäkra webben inifrån vår trygga bubbla.

Priset vi betalade var att överge vår anonymitet, och stiga fram i ljuset. Samtidigt uppmuntrade Facebook företag att utveckla spel och andra applikationer som bara kunde existera i denna slutna del av internet. En utveckling som skulle drivas till perfektion av en annan gigant.

I juli 2008 lanserade Apple sin App Store – något som inte bara skulle förändra hur vi använde våra mobiler, utan också hur vi använde internet. I mars (2012) utannonserade Apple att 25 miljarder appar har laddats ner. Google Play (tidigare Android Market) knappar snabbt in, och passerade nyligen 15 miljarder nedladdningar.

Den nya appkulturen innebär ett internetbeteende som ligger närmre tv-tittande än webbsurfande. Medan Google genom sin sökmotor kunde kontrollera nätets trafik innebar

appen ett ny slags kontroll, den av själva innehållet. Apple skapade ett system av kontrollerad innovation, där utvecklare och mediaföretag fick frihet att skapa appar – men bara under Apples strikta arkitektur och censur. Det skedde inom Apples mycket framgångsrika modell att knyta samman kod och teknik, mjukvara och hårdvara. Google Play erbjuder ett friare system, men bara marginellt. Appkulturen har inneburit ett centralt distribuerat internet genom i huvudsak två webbutiker, där vi har tillgång till internet genom enskilda bitar och verktyg. Det är ett system som inte bara ägs av en handfull företag. Det är ett internet som aldrig har varit mer tillgängligt – och samtidigt aldrig mer kontrollerat.

Vi betraktar de medier, program och appar vi använder på våra datorer och telefoner i regel som verktyg. Som objektiva redskap för att organisera våra liv, ge oss underhållning och hålla kontakt med våra vänner och bekanta. Vi ser sällan de värderingar som ligger inbäddade i koden. Ofta för att de är vaga, men alltför ofta eftersom vi inte förväntar oss att de ska finnas där. Om kod är lag så är den arkitektur som byggs av kod politik. Som Lawrence Lessig skriver i boken *Code 2.0*: ”Code is never found; it is only ever made, and only ever made by us.”

De system vi skapar med kod är något helt igenom mänskligt. I koden finns skaparens val, värderingar och intentioner inbäddade. De utgör väggarna, taket – hela fundamentet för det skapade systemet. Det är skaparen av koden som sätter gränsen för friheten.

För att ta ett närliggande exempel, trackersidan The Pirate Bay. En sajt vars arkitektur tydligt speglar skaparnas värderingar, genom att erbjuda ett system för så fri, effektiv och

friktionsfri informationsspridning som möjligt. Sajten är uttryck för ett internet av gemensamma, likvärdiga noder – där det fria delandet av information har prioritet över begränsningar som upphovsrätt, och i slutändan även över skaparnas egna moraliska bedömningar. The Pirate Bays vägran att 2008 ta bort förundersökningen i fallet då två barn mördades i Arboga, där obduktionsbilderna visades, var en direkt konsekvens av detta. Denna syn på informationsfrihet är politisk: ”Att förskjuta maktpositioner genom direkt handling innebär att omdefiniera hur internet bör se ut, vilket var precis vad The Pirate Bay gjorde”, skriver aktivisten och doktoranden i vetenskapsteori Christopher Kullenberg i *Det nätpolitiska manifestet* (Ink förlag, 2010). Samma politiska agenda präglar även till exempel Wikileaks – driften att förskjuta maktpositioner.

Ett tydligare exempel på hur värderingar är invävda i koden kan man finna i datorspel, som till exempel *World of Warcraft*. De värderingar som finns inskrivna i kodarkitekturen förskriver handlingar i spelet. Varje spelare påläggs ett handlingsmönster som man måste följa för att nå framgång i spelmomentet. I *World of Warcraft*, liksom i många spel, är det ett kapitalistiskt handlingsmönster som leder till framgång. Det finns ofta ingen alternativ väg, vägrar du följa de inkodade värderingarna förlorar du – på detta sätt utgör spel en extrem variant av social kontroll.

All kod grundar sig på underliggande värderingar som kan vara mer eller mindre synliga, och erbjuda mer eller mindre möjlighet till frihet eller delaktighet.

Det mer kontrollerade internet som vuxit fram under de senaste åren erbjuder väldigt liten, eller ingen, frihet eller delaktighet i koden för användarna, utifrån ett medborgar-

perspektiv. Detta beror på att vi i allt mindre grad kan betraktas som medborgare på internet och i allt högre grad som kunder. Vår makt på nätet idag är kundmaktsperspektivet – valet att välja eller rata en vara. Det är en betydande degradering av vår status. Vi har själva sålt ut friheten för tillgängligheten. Men den paradoxala sanningen är att för de allra flesta internetanvändare har den omhuldade internetfriheten till stora delar alltid varit oåtkomlig. Möjligheten att själv forma sin digitala nätvaro genom fri, obunden och öppen mjukvara har bara varit ett alternativ för de invigda och de skolade. Friheten har aldrig varit den enkla vägen, och förmodligen därmed också dömd att gå förlorad för majoriteten.

Internets nya centrum erbjuder också starka incitament för att vi ska lockas in i deras förutbestämda kodade handlingsmönster, som i regel syftar till att föra oss in i den nya nätekonomin. Man ska ha i åtanke att internet konstruerades av ingenjörer, inte ekonomer – det håller dock på att förändras. Det vi ser idag är konstruerandet av den perfekta marknaden. En grundpelare för friheten på internet har varit anonymiteten. Det tidiga internet fick oss att upptäcka en ny slags frihet genom anonymiteten, möjligheten att byta, leka, sväva mellan identiteter. Men det har också varit ett av de främsta hindren för en effektiv marknad. Facebook har, mycket framgångsrikt, fått oss att ge upp vår anonymitet – vilket varit ett uttryckligt mål från företagets sida.

Vi har också villigt givit upp vårt privatliv, våra mejlboxar, familjealbum, vem som ingår i vår vänskapskrets, vart vi reser på semester och vad vi äter till lunch. Vi deltar i en ständigt pågående marknadsundersökning i utbyte mot ett tillgängligt, enkelt och hanterbart internet.

Den perfekta marknaden är en kommersiell arkitektur, ett slutet system av kunder och säljare, där varje rörelse vi gör, varje önskan vi uttrycker erbjuder ett omedelbart försäljnings-tillfälle. Det är en värld där vi tänker på glass – och en glassförsäljare plötsligt står framför oss.

Vår längtan efter tillgänglighet har fört oss in i en bubbla, som Eli Pariser mycket träffande beskriver det i boken *The Filter Bubble*. Google, och andra sajter, har ”personifierat” vårt användande av internet baserat på vilket språk vi talar, var vi befinner oss, vad vi gjort tidigare och en lång rad andra parametrar. Resultatet är att vi inte längre delar internet – vi befinner oss i parallella universum. En person som söker på Egypten kan hitta solresor till Sharm El Sheikh medan nästa hittar nyheter om muslimska brödrskapet. Det är ett system som har kastat oss in i ett digitalt eko där vi riskerar att bara höra rösterna av våra egna förväntningar.

Skapandet av den perfekta digitala marknaden är problematisk, eftersom dessa utrymmen är mer än handelsplatser – de fyller samma funktion som privata och offentliga rum. Platser där vi i allt högre grad för våra enskilda och våra offentliga samtal. Bloggar, Twitter och Facebook har blivit, och blir, allt viktigare platser för det politiska samtalet, för opinionsbildning och för kontakten mellan medborgare och makthavare, myndigheter och medier. Institutioner, myndigheter och politiska partier flyttar alltmer av sin kommunikation till sociala medier. Dessa rum är inte åtskilda från ”verkligheten”, utan nära sammanförda. Rörelser i det digitala rummet skapar också rörelser i det fysiska och vice versa. Demonstrationer startar som en Facebooktråd och fortsätter på gatan. Skillnaden är att vi är kunder

i det första steget och medborgare i det senare – våra rättigheter är inte desamma. De digitala centren agerar, och liknar, offentliga platser – men de ger oss ingen makt eller inflytande över dem. Ingen kan överskriva Twitters gräns på 140 tecken.

Vi inbäddas idag i ett internet där det största problemet inte är att vi inte har kunskap att förändra koden, utan ett där vi överhuvudtaget inte är tillåtna att göra det. För den digitala analfabeten kan dessa två alternativ framstå som likartade, men principiellt är de väsensskilda. Varje brott mot koden, hacking, varje försök att förändra det system vi befinner oss i betraktas också som ett lagbrott. Vi är inte tillåtna att få tillgång till Facebooks eller Googles servrar och källkod.

Rätten att själv forma en digital närvaro ryms inte inom dessa nätverk. Att lämna dem är förvisso ett fritt val (kundens val), men det är också ett extremt val eftersom det betyder ett slags exodus från inte bara några av samtidens viktigaste offentliga samtal – utan även våra privata gemenskaper. Facebook har en så stor utbredning, och betydelse, i vissa åldersgrupper att det inte råder någon tvekan om att ett utträde får stora sociala konsekvenser. Det sociala trycket för att medverka är enormt. Och framför allt saknas det alternativ – vi har därmed inte valet att välja forum, bara valet att medverka eller inte.

Det finns ytterligare en nivå av vår statusdegradering i de sociala medierna. I egentlig mening är vi inte ens kunder, utan varor. Det är inte användarna som fyller de nya medieföretagens kassor, det är annonsörer. Våra digitala liv förpackas till konsumentmönster och säljs. Det är i slutändan hos annonsörerna, inte användarna, som de sociala medieföretagens lojalitet ligger.

Internet har från början dominerats av antingen fria ideella aktörer eller kommersiella intressen. Å ena sidan en frihetlig, och brokig, samling hackers, nätaktivister och idealister som stridit för ett öppet, oreglerat internet med fri informations-spridning, mjukvara och öppen källkod. Å andra sidan de entreprenörer och företag som försökt tjäna pengar på den nya informationsteknologins möjligheter. Splittringen mellan dessa sidor uppstod långt innan internet gick online.

1976 publicerade en 26-årig Bill Gates *An Open Letter to Hobbyists* där han beklagade sig över det svaga skyddet för mjukvara. Hans programvara Altair Basic delades flitigt bland tidiga datorpionjärer där idealisterna ansåg att man inte kunde, och inte borde, äga kod. Bill Gates linje kom, som vi vet, att vinna, och det är en vinst som upprepas åter och åter igen. I kampen mellan de idealistiska frihetssträvorna och entreprenörerna har de senare varit förutbestämda att erövra och kommersialisera internet. Problemet är att det mellan dessa sidor aldrig har funnits ett demokratiskt, medborgerligt alternativ. Det har saknats en nätpolitik som tagit sig an internet ur ett demokratiskt deltagarperspektiv. Det har saknats både politiskt intresse, kunskap och medvetenhet om hur betydelsefull internets infrastruktur och plattformar skulle komma att bli – och hur nödvändigt det är att säkra det demokratiska samhällets inflytande över dessa.

Bristen på en tydlig övergripande parlamentarisk nätpolitik har lett till att internetpolitiken reducerats till att fokusera på enskilda juridiska frågor som upphovsrätt, brottsbekämpning, barnpornografibrott m.m. Internets unika demokratiska potential riskerar att gå förlorad, eller helt kontrolleras av kommersiella aktörer. Den progressiva internetpolitik som

faktiskt fördes i Sverige, och på andra håll, under 1990-talet föll i dvala efter IT-boomen och har aldrig förmått återhämta sig.

Piratpartiet, och andra frihetsaktörer, har dock gjort misstaget att se statsmakten (i västvärlden) som det främsta hotet mot internets frihet – när det i själva verket är de stora internet- och teknikföretagen som stått för den främsta degraderingen av friheten. Det beror delvis på att stora delar av frihetsrörelsen i någon mån kan sägas vara liberalt rotad, i den mening att man tror på en fri marknad och individens egen förmåga att nå framgång. Det tyska Piratpartiet, det just nu mest framgångsrika, har stigit fram som socialliberalt. Partiets kritik mot marknaden är inte strukturell, utan tycks vara progressivt betonad i den betydelse att man riktar sin kritik mot den gamla världens företag, inte mot den nya. Ett exempel är hur lite kritik Spotify mött, trots att företaget inte bara ”låser in” musiken, utan också håller på att monopolisera marknaden.

Det andra misstaget är att frihetsrörelsen aldrig har förmått att omfatta hela internetpopulationen, utan tenderat att skydda kodknackarnas frihet. Den har varit, och är, i huvudsak en manlig teknokratisk rörelse.

För analfabeterna, eller internets digitala underklass, erbjuds allt färre alternativ. Lockelsen att omfamna tillgängligheten riskerar att bli oemotståndlig.

De som idag loggar in på internet för första gången möts av en helt annan värld än vad som mötte internetanvändaren 1999. Turkmenerna i Bosariq kommer att ta sig ut i den digitala världen via mobiltelefonen i fickan. De kommer att möta ett internet i bitar. App för app, avgränsat i sociala bubblor – där

allt de gör kontrolleras, säljs och styrs av någon på andra sidan jorden. Det är ett internet där få har större kontroll över fler än någonsin. Det styrs av människor med en ny slags makt, en subtil, lågmäld och till stora delar osynlig maktutövning. Makt genom kod. De är designers – den digitala världens gudar.

Bill Gates Microsoft dominerade fullständigt utvecklingen under 1990-talet, men de kunde aldrig drömma om den insyn i människors liv och den direkta kontroll över koden som dagens sociala jättar har. Det internet som möter de två miljarder människor som kopplar upp sig det nästkommande decenniet kommer att vara annorlunda. Frågan är om vi kommer kunna kalla det internet.







VEM ÄR STOREBROR?

MYTEN OM INTEGRITETEN

ANDERS R. OLSSON



*På skönhetssalonger är väl redan skvallret tillräckligt
för att få håret att krulla sej.*

(THORVALD GAHLIN, DAGENS NYHETER 1966)

Alla vettiga människor värnar, efter förmåga, sin integritet. Det gör de spontant och på många sätt, eftersom den personliga integriteten inte är ett livsvärde utan ett helt knippe. Varje diskussion om hur personlig integritet ska skyddas borde därför inledas med tydliga avgränsningar: Vilken sorts integritet talar vi om just denna gång?

Innan vi går vidare ska därför några utgångspunkter klargöras. Jag diskuterar i fortsättningen integritet som ett känslomässigt fenomen, inte ett fysiskt. (Sexuella övergrepp och annat våld utgör också integritetskränkningar, men av annan sort.) Vidare kommer fokus att ligga på integritet som *individens* rättighet, inte *kollektivets*. (Om grupper bör tillerkännas en rätt till integritet är en intressant fråga, men kommer inte att behandlas här.) Slutligen ska understrykas att jag diskuterar personlig integritet som just en rättighet, som något riksdag och regering kan ha ansvar eller åtminstone medansvar för att upprätthålla, inte som en *egenskap* eller ett *förhållningssätt*. En

fotbollsdomare ska uppträda med integritet, men det är upp till honom/henne, inte till staten, att så faktiskt sker.

Fokus ligger alltså på statens ansvar i en specifik och mycket vanlig situation: När uppgifter om mig hanteras av andra, ska staten reglera denna hantering i syfte att skydda min integritet – och hur ska sådan reglering i så fall se ut? I den politiska debatten är det oftast så det formuleras. Det kan vid första anblicken se ut som *en* fråga, *ett* problem som söker sin lösning. I själva verket är det en hel rad.

Att staten i åtminstone någon utsträckning ska skydda medborgarna mot integritetskränkningar tycks alla, eller nästan alla, vara ense om. Således är förtal ett brott, liksom förolämpning och ofredande. Förtal definieras i svensk rätt som att sprida uppgifter som leder till att en person utsätts för andras missaktning. Även om uppgifterna bevisligen är sanna kan de utgöra straffbart förtal. Bara när medborgarna har ett verkligt intresse av uppgifterna, utöver ett allmänt skvallerintresse, är det tillåtet att sprida kränkande information om någon.

I vårt samhälle råder alltså konsensus, i stort sett, om att dörrar kan behöva stängas, både i fysisk mening och bildlig, och att staten har ett ansvar för att så sker. Spridande av information om människor kan behöva förbjudas med regler om sekretess och tystnadsplikt. De få debattörer som hävdar motsatsen – bland svenskar torde filosofiprofessorn Torbjörn Tännsjö vara den mest kände – framstår som så udda att de sällan blir tagna på allvar. Tännsjö argumenterar för ”en total genomsiktighet av medborgarnas liv”. (Tännsjö, Torbjörn: *Privatliv*. Fri Tanke Förlag 2010. Baksidestext.)

Inte heller i denna text kommer Tännsjös förhållningsätt att diskuteras närmare. Det framstår som alltför orim-

ligt. Människors önskemål om avskildhet eller diskretion är i många sammanhang uppenbart berättigade. Den som stänger toalettdörren om sig gör något självklart. Argumenten för att innehållet i sjukjournaler ska vara sekretessbelagt är betydligt starkare än argumenten för att det ska vara offentligt. Den som vill hemlighålla vilket parti han/hon röstade på i senaste valet måste vara i sin fulla rätt. Att nästan alla människor motsätter sig en ”total genomsiktighet” betyder inte att de skäms för det de gör på toaletten, för sin hälsa eller sin politiska uppfattning.

Trots att termen personlig integritet har visat sig så svår att närmare avgränsa har den alltså blivit central i vår tids samhällsdebatt, och särskilt vanlig i diskussioner om internet. Precis som med ”frihet” är ”personlig integritet” ett livsvärde som alla påstår sig värna om men ingen (eller nästan ingen) anstränger sig med att närmare definiera eller problematisera. När lagstiftning om sådant som dold avlyssning av fysiska utrymmen (buggning) eller FRA:s signalspaning introduceras blir den ofta kritiserad som *skadlig* för människors personliga integritet. Lagregler som förbjuder fotografering av människor eller insamlande av persondata motiveras däremot som nödvändiga för att *värna* integriteten. I ingetdera fallet brukar debattörerna precisera hur integritet ska uppfattas i just deras argumentering.

Så länge det inte är klart vad personlig integritet egentligen står för, blir det heller aldrig tydligt vad det innebär att ”kränka” eller ”skydda” den. Oklarheten öppnar för missförstånd, misstro, demagogi och symbolpolitik och tycks omöjliggöra nytänkande och konstruktiv diskussion. Avsikten med denna text är att skapa ökad klarhet och därmed förutsättningar för en lagstiftning som är tydlig i sina formuleringar och intentioner och därmed inte lika lätt att missbruka.

HOTBILDEN FÖRSKJUTS (I)

Har man, som undertecknad, följt debatter och lagstiftning om personlig integritet sedan slutet av 1970-talet framstår mönstret tydligt. En lång rad reformer med ”personlig integritet” som nyckelord har resulterat i 1) att statens (den offentliga maktens) informationsövertag gentemot medborgarna har stärkts, och 2) att medborgarnas informationsfrihet har besträvt. Med informationsfrihet menas rätten att göra allt som överhuvudtaget kan göras med information: samla in den, lagra den, bearbeta, omdisponera, analysera, sprida . . .

Till lagstiftning som syftar till att skydda personlig integritet hör alltid (minst) en hotbild. I Sverige har den i två avseenden förskjutits sedan 1969, då debatten om ett framväxande ”kontrollsamhälle” plötsligt blossade upp. En offentlig utredning, Offentlighets- och sekretesslagstiftningskommittén, OSK, fick uppgiften att undersöka, beskriva och så långt möjligt lösa de problem som kunde uppstå med datorstödd maktutövning.

Vid 70-talets början var datorer fortfarande något nytt. Det fanns bara stordatorer, väl tilltagna plåtlådor bemängda med små lampor. Dessa datamaskiner kostade väldiga summor och låstes av säkerhetsskäl in i lokaler, ofta i källarplanet, som särskilt utformats för ändamålet. Populära beskrivningar av – och därmed vanliga människors föreställningar om vad datorer egentligen kunde användas till – var oklara. Exklusiviteten, att bara samhällets resursstarkaste aktörer hade tillgång till dem, var ett centralt element i hotbilden. Att de kunde missbrukas ansågs också givet. OSK-utredarna sammanfattade i sitt betänkande 1972 dåtidens debatt i västvärlden, en debatt som ofta fördes i ett uppskruvat tonläge:

”Genom den automatiska databehandlingen har myndig-

heters och organisationers möjligheter att inhämta och utnyttja kunskaper om enskildas förhållanden väsentligt ökat, och detta – har det sagts – bör motverkas eller åtminstone kontrolleras genom särskilda åtgärder. Krav på ny lagstiftning har ställts i en rad länder.” (SOU 1972:47, sid 41)

Själva demokratin kunde ta allvarlig skada, hävdade många debattörer:

”Insamlingen av uppgifter om människor, deras attityder och levnadsförhållanden kritiserades såsom ägnad att alltför mycket öka myndigheternas makt och möjligheter att styra enskildas handlingar. I informationsbehandlingens förlängning anades konturerna av en oangriplig polisstat med en absolut effektiv och till sina verkningar omänsklig förvaltning.” (a a, sid 41-42)

Det var alltså 40 år sedan. 2012 är hotbilden, som den framträder i utredningar och annat offentligt tryck, en helt annan. Nu handlar det inte om att ”staten” eller ”organisationerna” hotar, eller att ”en oangriplig polisstat” väntar om hörnet. Nu utgår allt utredande och lagstiftande från att hotet mot individen kommer från andra individer – från snokande grannar, arbetskamrater och bekanta, från terrorister, brottslingar, pedofiler och psyksjuka.

En stor statlig utredning (Integritetsskyddskommittén) arbetade 2004-2008 med uppgiften att ta ett helhetsgrepp om lagstiftningen för integritetsskydd. Under dessa fem år stod nya förslag och beslut om polisiära tvångsmedel som spön i backen. Det så kallade ”Bodströmsamhället” växte fram med ökade möjligheter att övervaka medborgarnas kommunicerande. Buggning blev tillåten, liksom hemlig övervakning av (signalspaning i) trådbunden tele- och datatrafik. Överskotts-

information fick användas i ökad utsträckning. Möjligheterna att övervaka människor i förebyggande syfte, det vill säga innan något brott hade begåtts, vidgades. Likväl inrymde Integritetsskyddskommitténs slutbetänkande (SOU 2008:3) bara *ett enda* lagförslag med direkt rättsverkan för medborgarna: ett förbud för enskilda att fotografera varandra på vissa platser. I en tid när statens informationsövertag gentemot medborgarna stärktes i en utsträckning som saknar motstycke i svensk historia kunde en parlamentarisk utredning inte upptäcka ett enda nytt problem i medborgarnas relation till staten – åtminstone inte ett värt att åtgärda.

Politikers och utredares självklara utgångspunkt – i det offentliga trycket så självklar att den inte särskilt behöver förklaras – är numera att staten kan samla på sig obegränsade mängder information om medborgarna utan att de har anledning att känna oro. Myndigheternas verksamhet är reglerad i lagar och förordningar och med hänvisning till dessa kan alla misstankar om illegalitet eller dolda agendor avfärdas som orimliga. 2012 är det medborgarna själva som är problemet. De kan vilja snoka i varandras privatliv. De kan vara inskränkta och fördomsfulla och stöta bort individer som inte lyckas dölja att de är avvikande i någon mening. De kan som religiösa fanatiker, politiska extremister eller kopplade till organiserad brottslighet ha onda avsikter av många slag.

I själva verket ägde hotbildens förskjutning – från staten som integritetshot till de enskilda individerna – rum redan under tidigt 1980-tal, det vill säga ungefär samtidigt som datorer började bli tillgängliga för gemene man. Vid 80-talets slut var den nya utgångspunkten för integritetsskydd redan etablerad. Ett typiskt exempel på de nya tongångarna kan hämtas från en pro-

position 1989, där ett av förslagen innebar ökade möjligheter för polis/åklagare att utnyttja så kallad överskottsinformation. (Om man avlyssnar X:s telefon därför att X är misstänkt för ett grovt brott, till exempel spioneri, är alla uppgifter i samtalen som saknar relevans för spioneriet ”överskottsinformation”). I den offentliga debatten hade kritiker pekat på riskerna för att dessa möjligheter skulle missbrukas.

Justitieministern skrev 1989 i propositionen:

”Som jag ser det skulle det egentligen bara finnas ett bärande skäl för lagstiftaren att begränsa utnyttjandet av överskottsinformation. Men det är en absurd tanke, utan förankring i den svenska verkligheten. Det skulle vara om man misstror de tillståndsgivande och verkställande organen i så hög grad att man misstänker att de på falska grunder gör gällande att en person är misstänkt för ett grovt brott för att på det sättet få tillstånd telefonavlyssning för att avslöja ett lindrigare brott, som inte kan föranleda telefonavlyssning.” (Vissa tvångsmedelsfrågor. (Prop 1988/89:124, sid 32)

Den skepsis gentemot statsmakten som 1972 i breda samhällskretsar ansågs legitim och rimlig betecknades alltså redan 1989 som ”absurd” och ”utan förankring i den svenska verkligheten”. Att en hög åklagare/polis skulle kunna vara ute i andra ärenden än att bekämpa brott – till exempel att hålla ett öga på politiskt misshagliga – kunde justitieministern nu inte föreställa sig.

Det är värt att påminna om att polisens meritlista, och särskilt säkerhetspolisens, ger tämligen gott stöd för 1972 års skeptiker. Från andra världskrigets slut fram till åtminstone 1990 har svenskar med vänstersympatier utsatts för övervakning. Det har i stor utsträckning skett med illegala metoder och i syfte att

åsiktsregistrera och svartlista, det vill säga hindra dem från att göra normal karriär. (Se Säkerhetstjänstkommissionens serie av betänkanden från 2002: SOU 2002:87-95. Kommissionen tilläts inte granska den övervakning som skett efter 1990.)

Det är också värt att peka på de inbördes förstärkande effekterna av Bodströmsamhällets reformer. Så leder själva möjligheten att använda buggning och annan övervakning i förebyggande syfte till att polisiära organ får tillgång till större mängder överskottsinformation av privat och möjligen integritetskänslig natur, information som de samtidigt får friare händer att använda.

2012 erkänner alla statens företrädare, politiker som ämbetsmän, att det finns en oro i befolkningen för integritetskränkningar. Deras svar på oroade frågor om vart Bodströmsamhället leder är att *det rent formella* kring statens hantering av personuppgifter ska kontrolleras minutiöst. I FRA-debatens spår får vi en rad statliga organ som ska undersöka om rätt blanketter har fyllts i, om rätt personer har fattat besluten och om de har gjort det i rätt tid. Organen heter sådant som Säkerhets- och integritetsskyddsnämnden, Försvarsunderrättelsesdomstolen, Datainspektionen och Statens inspektion av försvarsunderrättelseverksamheten. Kontrollerandet gäller dock i allt väsentligt formaliteter. Det är som att ge livsmedelsinspektörer rätt att granska datummärkningen på paketen, men inte själva köttfärsen.

De olika kontrollorganen får således inte befogenhet att granska om det egentligen är rätt individer eller grupper som övervakas. Den sorts tydliga ideologiska slagsida som präglade de statliga säkerhetsorganens arbete från andra världskrigets slut till åtminstone 1990-talet – då ”vänstern” övervakades

med stor energi antingen det fanns sakskäl eller inte – kommer alltså inte att upptäckas av de nya kontrollorganen heller.

Sammanfattningsvis byter staten roll från att ha varit det främsta hotet mot människors personliga integritet till att bli garanten för att integritet ingenstans kränks. Personuppgiftslagen, PUL, stadgar ”dataskydd” som grundprincip. All hantering med personuppgifter är förbjuden så länge den sker utan de berördas medgivande. Myndigheterna får, för att kunna sköta sina uppgifter, långtgående undantag från grundprincipen. Medborgarna däremot får inga undantag.

1972 lät det annorlunda. Då betonade lagstiftaren att medborgarna i många sammanhang verkligen hade ett legitimt behov av kunskap om varandra. Överhuvudtaget var analyserna av motstående intressen – värdet av öppenhet kontra behovet av sekretess – mer nyanserade och intressanta för 40 år sedan.

HOTBILDEN FÖRSKJUTS (II)

”Datainspektionen inleder omfattande granskning av kommuner” heter det i ett pressmeddelande från myndigheten i oktober 2011. Det vidarebefordras, i stort sett ordagrant, på nyhetsplats i många av landets tidningar.

Inspektionen konstaterar att allt fler kommuner publicerar hela eller delar av diaries, protokoll och möteshandlingar på sina webbplatser. ”Det finns en risk att dokumenten som publiceras på internet innehåller onödigt mycket personuppgifter”, säger projektledaren på Datainspektionen.

Inspektionen må ha de bästa avsikter, men faktum är att den ända sedan mitten av 1990-talet, när internet blev tillgängligt för allmänheten, har kämpat mot att offentliga allmänna handlingar läggs ut på nätet. 2011 oroar den sig inte för

att *sekretessbelagda* personuppgifter sprids den vägen, det tror ingen, utan att *onödigt mycket* personuppgifter gör det.

På pappershanteringens tid betraktades den ”manuella tröskel” som hindrade de flesta människor från att verkligen utnyttja offentlighetsprincipen som beklaglig men oundviklig. Medborgaren som ville bevaka en myndighets arbete eller ta del av större mängder av dess information måste ju infinna sig i lokalerna och på plats begära att få läsa allmänna handlingar. Det uteslöt i praktiken de flesta medborgare därför att de bodde för långt bort och/eller var upptagna med arbete när myndigheten hade öppet. Alla som överhuvudtaget kommenterade tröskeln fann den olycklig.

När internet vid mitten av 1990-talet blev tillgängligt för gemene man uppstod plötsligt möjligheten att hålla offentliga allmänna handlingar tillgängliga, till exempel via *www*, för landets alla medborgare 24 timmar om dygnet. Offentlighetsprincipen hade länge varit något som mest utnyttjades av yrkesfolk i informationsbranschen: journalister, utredare, forskare och lobbyister. Med internet skulle nu alla medborgare kunna utnyttja den!

Så blev det inte alls. Både Datainspektionen och de politiska ledarna omvärderade plötsligt den manuella tröskeln och fann den värdefull. Allmänna handlingar rymmer ju ofta personuppgifter. Att handskas med sådana associerades nu, som vore det självklart, till ”otillbörliga syften”. Tröskeln hindrade människor från att snoka i varandras privatliv.

Jan Björklund uttryckte det 2007, i sitt första tal som fp-ledare, på ett typiskt sätt:

”När liberalen Anders Chydenius på 1700-talet formulerade offentlighetsprincipen, som än idag är en hörnstolpe för

den svenska öppenheten, så var hans grundtanke att medborgare och medier ska kunna hålla koll på makthavarna. Men han förutsåg inte att om statens olika myndigheter samlar in än den ena och än den andra uppgiften om vanliga människor och lägger upp detta i dataregister, så innebär det att vi alla genom några klickningar på nätet kan ta reda på allt om vår granne, deras ekonomi, deras bakgrund, hans skolbetyg, hans hälsotillstånd. Är detta rimligt?”

Låt oss för ögonblicket bortse från Björklunds märkliga föreställning om att ”allt” om medborgarna skulle finnas i myndigheters handlingar. (Han är inte den förste och lär inte vara den siste som våldsamt överdriver hur mycket kunskap om människor som myndigheterna faktiskt förfogar över.) Hur ska man förklara denna starka reaktion på att personuppgifter görs tillgängliga via internet? En rädsla för att *känsliga* uppgifter ska få spridning – om hälsa, om sexuell läggning, om ungdomssynder av olika slag – kan naturligtvis framstå som rationell. Björklund gör dock inte skillnad på känsligt och okänsligt. Han talar om alla uppgifter.

I själva verket har han ”avnyanserat” diskussionen från 1970-talet så att principfrågan blivit lätt att besvara: Det är givetvis inte rimligt att man med hjälp av offentlighetsprincipen ska få reda på allt om sin granne. Men för det första vet myndigheterna inte särskilt mycket om denne granne, för det andra lägger de ytterst sällan ut personuppgifter på nätet, inte ens den harmlösa informationen, och för det tredje finns många gånger ett legitimt intresse hos medborgarna att få kunskap om varandra.

Inte ens om vi bortser från vilka personuppgifter som är tillgängliga hos just myndigheterna, och tittar närmare på

vad man via internet kan hitta från andra källor, framstår den björklundska oron som särskilt befogad. Såvida inte grannen själv har spridit känsliga uppgifter via nätet – och då får han faktiskt skylla sig själv – hittar nyfikna sällan mer än telefonnummer, adress och enstaka trivialiteter. De senare har oftast med arbete eller hobby att göra. Jobbar grannen som försäljare kanske arbetsgivaren vill ha hans namn och bild på företagets webbplats. Är han aktiv motionslöpare eller bridge-spelare finns han säkert med i resultatlistor från tävlingar. Är han kontaktperson för någon lokal verksamhet – scouterna, hembygdsföreningen eller den årliga rockfestivalen – finns den uppgiften sannolikt också på nätet.

Sådant kan rimligen inte vara till skada för någon. Så varifrån kommer den, rädslan för harmlösa personuppgifter? Faktum är att den dök upp redan på 1970-talet, i den tid då hotet ansågs komma från samhällets starkaste aktörer – och särskilt från den allvetande staten.

”Anhopningen av data om en individ innebär inte endast en kvantitativ utan också en kvalitativ förändring. De harmlösa delarna kan bilda en avslöjande och kanske för individen komprometterande helhet.” (Annerstedt m fl. *Datorer och politik. Studier i en ny tekniks politiska effekter på det svenska samhället*. Zenitserien 10 och Cavefors bokförlag 1970, sid 71.)

I OSK-betänkandet från 1972 ekar samma varning, men där betonas samtidigt att offentlighetsprincipen så att säga verkar i båda riktningarna. Öppenhet utgör både ett hot mot och ett skydd för människors integritet. Jag återkommer till det.

Det var alltså mer än 40 år sedan frågor om personlig integritet började ställas – och besvaras – på nytt sätt. Fram till dess hade man utgått från, när regler om sekretess eller tystnads-

plikter var på tapeten, att en uppgift om en individ antingen var känslig eller harmlös. Om den var känslig kunde den skyddas med sekretessregler eller avtal om tystnadsplikt. Denna till synes enkla och logiska ordning började utmanas när skrällen för Storebror blossade upp – Storebror som med hjälp av den nya datorteknologin kunde lagra hur mycket information som helst och därför snart skulle veta allt om alla.

För att så långt möjligt hålla Storebror stängden måste enligt detta synsätt *all* hantering av personuppgifter minimeras eller (helst) förbjudas. Avvägandet mellan känsliga och icke-känsliga uppgifter blev något sekundärt. När hotet kom från alla sorters persondata blev begreppet ”dataskydd” centralt. Redan på 1980-talet började det användas synonymt med ”integritetsskydd”, ett språkbruk som nu är helt etablerat.

Frågar man idag personer engagerade i dataskydd vilka hot som egentligen föreligger, och som motiverar deras rigida inställning till personuppgifter, dyker termer som ”kartläggning” och ”profilering” snart upp. Jan Freese, chef för Datainspektionen 1977-1986 och författare till flera böcker och otaliga debattartiklar i ämnet personlig integritet, drev hela sitt liv just denna tes: många var för sig harmlösa smådelar tillsammans kan bilda en farlig helhet. Ett av otaliga uttalanden med likartad innebörd:

”Den främsta anledningen till ökad oro för skyddet för den personliga integriteten är den accelererande utvecklingen av möjligheterna att – inte minst med stöd av ny teknik på skilda områden – med olika slags information i detalj kartlägga och avbilda enskilda individer ...” (ur yttrande 1995-03-15 till justitiedepartementet. Dnr ju 94/1539.)

Längst gick nog den smått legendariske forskaren och

datainspektören David Flaherty från Kanada när han 1989, i sitt stora verk om moderna övervakningssamhällen, sammanfattade situationen i Sverige:

”I själva verket vet olika statliga myndigheter mer om invånarnas liv än invånarna själva, utom möjligen de ivrigaste dagboksskribenterna och dokumentsamlarna, ett tillstånd som man snabbt närmar sig även i andra länder.” (Flaherty, David H. *Protecting Privacy in Surveillance Societies*, The University of North Carolina Press 1989, sid 5.)

Den föreställning som Björklund 2007 ansluter sig till är alltså att den svenska staten förfogar över sådana mängder information om varje medborgare, mer eller mindre spridd mellan olika databaser och tekniska system, att den i praktiken kan ta reda på allt om dem. Och om den vet *allt* vet den naturligtvis också sådant som kan skada, eller hur?

Om hotbildens förskjutning från staten till medborgarna var diskutabel på flera sätt, beskrivna ovan, är denna andra förskjutning direkt absurd. Hotet består alltså i 1) att en person kan åsamkas skada genom att många uppgifter om honom/henne samlas på ett ställe, 2) att myndigheterna redan förfogar över en sådan farlig mängd uppgifter och 3) att internet är (eller är på väg att bli) den ”plats” där de exponeras. Ur de samlade uppgifterna om en individ ska ny kunskap kunna alstras – kunskap som den enskilde har anledning att dölja och som inte går att härleda ur en enskild uppgift.

Om det är sant, måste man fråga sig, hur kommer det sig då att ingen politiker, ämbetsman eller politisk aktivist på över 40 år har kunnat peka på ett enda praktiskt exempel? Nog borde väl på så lång tid åtminstone en människa ha skadats – i någon rimlig mening av ordet – genom sammanställande av många

triviala uppgifter om honom/henne?

Man behöver inte vara kvalificerad privatdetektiv för att samla ihop stora mängder harmlös information om en individ. Just i Sverige är ju, genom att vi har en offentlighetsprincip, vissa sorters uppgifter särskilt lätta att få fram. Om man är nyfiken på en person, låt oss kalla honom Y, går det bra att börja där, hos myndigheterna. Offentliga uppgifter – låt vara att de sällan är tillgängliga just via internet – är sådant som personnummer, adress, telefonnummer, utbildning, beskattad inkomst, födelseort, civilstånd, bil- och fastighetsinnehav. Detta kan man komplettera med den avsevärt större mängd uppgifter som lätt registreras om man iakttar (skuggar) Y en helt vanlig dag. Själva betraktandet av Y ger hyggligt exakt kunskap om det rent fysiska: längd, midjemått, skostorlek och mycket annat, klädstil, frisyr, sättet att gå, gestikulera och röra sig – plus all den information som röjs om man följer Y på en enkel shoppingrunda. Bara av det som hamnar i storköpets kundvagn bör det bli en lång lista med uppgifter om Y:s smak för mat och dryck, om vad intresset för hudkräm, deodoranter och andra skönhetsprodukter antyder om Y, om val av kvällstidning och annan läsning, om inköp av värktabletter, hostmedicin och kondomer. Till allt detta kan slutligen läggas de många uppgifter som uppenbaras vid helt odramatiska mänskliga möten. Efter en stunds vardagligt samtal med Y i busskön går det att registrera röstläge, dialekt, ordval, sinne för humor, nashårens längd, tics, andedräkt och otaliga andra detaljer. Vad som i övrigt kan uppdragas genom samtalet beror förstås på vad det handlade om. Musik? Fotboll? Politik? Åtminstone någon information om Y:s intressen och åsikter bör ha framtonat.

Låt säga att man har gjort sig besväret att samla in och ordna all denna information om Y. Har man därmed skapat en ”profil” av honom? Nja, i ytlig mening har man kanske det. Säger helheten mer än någon av delarna? Knappast. Kan dessa hundratals uppgifter *användas* till något? Säger de något om Y:s personlighet, t ex om han är lycklig eller olycklig? Nej. Får jag reda på om han är pålitlig? Vet jag om jag vågar låna honom pengar eller anlita honom som barnvakt? Nej. Kan jag skada honom med hjälp av något som ”framträder” ur denna helhet av uppgifter? Nej, det tycks omöjligt att ens hypotetiskt beskriva hur det skulle gå till. Kan staten, som bara förfogar över en liten del av de insamlade uppgifterna, skada honom med ”sin” del av de insamlade uppgifterna? Säkerligen inte – inte med de offentligt tillgängliga uppgifterna. Med de sekretessbelagda då?

I den mån staten verkligen vill skada en individ, kanske därför att man anser honom utgöra en säkerhetsrisk av något slag och därför ska bromsas i karriären, verkar det vara en onödigt krånglig metod att gräva fram personligen känslig information – om missbruksproblem, otrohet eller liknande – och sedan använda dem i utpressningssyfte. Det finns redan ett officiellt system för personalkontroll och, kan man grundat på historisk erfarenhet anta, inofficiella kanaler för påtryckningar som fungerar väl så bra.

Finns det överhuvudtaget några människor om vilka man kan säga, låt vara med en polemiskt motiverad överdrift, att myndigheterna vet ”allt”?

Då är vi inne på den lilla minoritet av befolkningen som någon gång har varit föremål för polisens, psykvårdens eller socialtjänstens mer omfattande personutredningar. I vissa fall

kan innehållet i dessa utredningar beskrivas i termer av ”profil” eller ”kartläggning”. Kvaliteten i dem, deras bäst-före-datum och deras användbarhet i andra sammanhang än myndighetens kan många gånger ifrågasättas, men ambitionen har ändå varit att samla uppgifter om en människa som sammantagna ger en helhetsbild. De människor som är föremål för sådana undersökningar kan dock räknas i promille av befolkningen och materialet är i princip alltid sekretessbelagt såvida det inte har åberopats som bevis i domstol.

Övriga människor avsätter alltså sällan spår i myndigheters register som är särskilt känsliga. Undantag kan vara uppgifter hos sjukvården (alltid sekretessbelagda) eller data hos kronofogden (delvis offentliga) som tyder på en vanskött privatekonomi.

HOTET SOM FÖRSVANN

Vid 1970-talets början rådde alltså enighet om att offentlighetsprincipen utgjorde både ett hot och ett skydd för människors integritet.

”Genom att myndigheterna arbetar under insyn och kan utsättas för kontroll tillgodoses den viktiga integritetssynpunkten att insyn i privatlivet inte får möjliggöras i hemlighet. Offentligheten minskar också risken för att uppgifter ska bli ofullständiga och därigenom missvisande, vilken även det kan medföra otillbörliga integritetsintrång. Offentlighetsprincipens integritetsfunktion kan sägas vara en speciell aspekt av den allmänna rättssäkerheten.” (SOU 1972:47, sid 61)

Resonemanget är väl förankrat i vår demokratiska tradition. Sverige beskrivs ofta, vid internationella jämförelser, som ett land präglad av medborgarnas ovanligt starka förtroende

för myndigheterna. Att ett visst mått av förtroende kunnat etableras har säkert flera förklaringar. En av de viktigaste är dock utan tvekan offentlighetsprincipen. Långtgående möjligheter för vanligt folk att kontrollera att myndigheterna 1) behandlar alla lika och 2) beslutar med stöd i lagen skapar starka incitament för tjänstemännen att vandra den smala vägen. De möjligheter att berika sig som följer med beslutsmyndighet, och som i stora delar av världen genererar en omfattande korruption, tycks för svenska myndighetsanställda framstå som mindre lockande. En vidsträckt offentlighet skapar också sämsta möjliga jordmån för mytbildning om sådant som slöseri med skattemedel eller korrupt förvaltning. Att Sverige alltid rankas bland de 5-6 *minst* korrumperade länderna i världen är ingen slump.

Detta argument för offentlighetsprincipen – att den utgör ett starkt stöd för rättssäkerheten – har upprepats sedan slutet av 1700-talet. Medborgare A ska kunna kontrollera om myndigheterna tolkar lagar och förordningar i hennes ärenden på samma sätt som i alla andras. Det förutsätter att A i de flesta sammanhang också får tillgång till myndigheternas beslutsunderlag i ärenden som gäller B, C och D. Först när de underlagen rymmer uppgifter som typiskt sett kan skada B, C eller D uppstår frågan om de ska skyddas med sekretess.

Ytterligare två argument för offentlighetsprincipen brukar nämnas i samma andetag som rättssäkerheten. Dels effektiviteten – god insyn i myndigheters verksamhet leder till att inkompetens och långsamhet avslöjas snabbare – dels demokratin. Myndigheterna måste för att sköta sina uppgifter samla in stora mängder information om samhället. Så mycket som möjligt av denna information bör hållas tillgänglig för med-

borgarna. Ju bättre information medborgarna har tillgång till, desto mera sans får man i den politiska debatten – och desto bättre fungerar demokratin.

Samtliga tre argument för offentlighet ansågs 1972 giltiga, och inget av dem har sedan dess övergetts. Man talar bara mindre om dem. När man i utredningar, propositioner eller utskottsbetänkanden argumenterar för ett starkt dataskydd undviker man konsekvent att diskutera vad det kan betyda för rättssäkerheten.

Just dataskyddstanken har också helt dominerat under 30 års lagstiftande om offentlighetsprincipens räckvidd. Rader av hinder för utlämnande av allmänna handlingar har sedan tidigt 80-tal tillkommit med argument om dataskydd. För att nämna några:

- Antalet sekretessregler växer stadigt, och det är just sekretess för ”enskilda personliga förhållanden” som är den vanligaste sekretessgrunden.

- Närmare 200 särskilda så kallade registerlagar blockerar insyn i alla större statliga personregister.

- Ett generellt förbud mot utlämnande av personuppgifter kan, med stöd av 21 kap 7 § offentlighets- och sekretesslagen (OSL) åberopas av myndigheterna närhelst de inte har lust att låta sig kontrolleras. (Bestämmelsen säger att personuppgifter är hemliga om det ”kan antas” av den myndighet som förfogar över uppgifterna att de efter utlämnande kommer att behandlas i strid med personuppgiftslagen, PUL. Eftersom PUL förbjuder praktiskt taget all hantering med personuppgifter finns det oftast anledning för myndigheter att ”anta” det.)

- Kopia av elektroniskt lagrad information behöver bara lämnas ut i pappersform. Det innebär att man i dataskydd-

dets namn effektivt hindrar till exempel journalister från att bearbeta större mängder personuppgifter. Det blockerar samtidigt möjligheterna att ta fram ny kunskap som *inte utgör personuppgifter*. En journalist som inte kommer åt uppgifter om människor kan heller inte ta fram övergripande eller statistisk kunskap om grupper. För att kunna bearbeta en större mängd personuppgifter hos en myndighet krävs att journalisten antingen a) får kopia av databasen med personuppgifter i elektronisk form för bearbetning i egen dator eller b) kan kräva av myndigheten att den anpassar/tar fram de nödvändiga datorprogrammen och gör bearbetningarna, eller c) att myndigheten gör bearbetningarna med program som journalisten själv förser den med. Alternativen a och c kan myndigheten direkt avvisa med stöd i lag (TF 2 kap 13 § respektive 2 kap 3 § andra stycket) medan alternativ b förutsätter att den kan utföra arbetet med ”rutinbetonade åtgärder” – vilket ytterligt sällan är fallet (TF 2 kap 3 § andra stycket).

”Dataskyddet” hindrar alltså medborgarna från att söka svar på frågor av typen: Behandlar skattemyndigheten kvinnor annorlunda än män? Är det lättare för högavlönade än för lågavlönade att få tillstånd att adoptera? Eller: Vilka kategorier skuldyngda människor lägger kronofogden mest resurser på? De med små skulder eller stora? Invandrare eller etniska svenskar? Egna företagare eller löntagare? Svaren på dessa frågor är inte personuppgifter. (För en mer utförlig genomgång av de många reformer som har lett till att offentlighetsprincipen numera sällan är tillämplig på elektroniskt lagrad information, se Olsson, Anders R: *Att stänga det öppna samhället*. Tusculum Förlag 2008.)

NYA INTEGRITETSHOT

Att personuppgifter har ett kommersiellt värde är uppenbart, liksom att detta värde sedan länge är i stigande. Företag söker kunskap om människor i deras egenskap av konsumenter och är beredda att betala allt mer för att 1) identifiera just de personer som kan bli framtida kunder och 2) på något sätt nå dem med reklambudskap eller erbjudanden. Så länge det bara handlade om att försäljare av till exempel dykarutrustning sökte identifiera individerna i den mycket begränsade andel av befolkningen som utgjorde deras kundunderlag vållade jakten på just dessa individer sällan protester. Det var namn och adress på människor med specifika vanor, intressen eller behov som företagen sökte, och även om mottagarna av direktreklam tidvis kunde irritera sig på onödig post skapade det sällan kontroverser.

Allt eftersom kampen om kunderna har hårdnat har också företagens metoder för att identifiera och på olika sätt påverka människor blivit mer utstuderade – och alltmer kritiserade med integritetsargument. De flesta Amazonkunder var nog smått imponerade när företaget började tipsa, baserat endast på köp- och sökdata, om nya intressanta böcker. När Google, Apple, Facebook och Amazon nu börjar analysera kunder med stöd av data som människor inte självklart accepterar att dela med sig av – till exempel privata uppgifter hämtade från e-post eller Facebook – är det inte nödvändigtvis lika uppskattat. Och när ny mjukvara analyserar datoranvändarens ögon- och ansiktsrörelser i syfte att studera reaktioner på olika budskap börjar det för många bli direkt stötande. Även om syftet bara är att *sälja* något finns det säkert en gräns där manipulerandet, själva försöket att tränga ned i kunders undermedvetna, framstår som kränkande.

Alltså ljuder larmklockorna, och när hoten beskrivs måste de pressas in i den etablerade mallen. ”Nätjättarna vill veta allt om dig” blir rubriken när Dagens Nyheter ägnar en helsida åt frågan 2012-04-07. Integriteten är i fara därför att något/några med makt vill veta ”allt” om oss. Det vill de naturligtvis inte heller i detta fall. Jätteföretagen är inte ens intresserade av oss, bara av vår plånbok.

Att här finns ett problem är dock uppenbart. Oavsett var man anser att gränsen för det kränkande går är de nya teknikerna för manipulation i sig kontroversiella. Skapas med de nya teknologierna möjligheter att ”bearbeta” människors undermedvetna? Vad kan ”nätjättar” och andra samhällets elefanter realistiskt sett åstadkomma med sådana metoder? Kan de användas för politiska syften? Krävs ny lagstiftning eller andra politiska beslut?

SLUTKOMMENTARER

Det finns inom det juridiska området knappast något begrepp som är så oklart och som följaktligen lånar sig till missbruk i så hög grad som ”personlig integritet”.

Om en bekant smygläser min dagbok kränks min integritet. Om riksdagen beslutar att statliga myndigheter ska ha tillgång till allt mitt kommunicerande via tele- och datanäten kränks min integritet. Om ett företag försöker lista ut vilka fritidsintressen jag har kränks min integritet. Varje gång jag känner mig tvingad att ljuga, smickra eller förödmjuka mig för att uppnå något jag har ett legitimt behov av kränks min integritet. Om en social webbplats (till exempel Facebook) ändrar sin policy så att uppgifter som jag lagt in där plötsligt blir tillgängliga för fler människor kränks min integritet. Om någon

monterar in en dold kamera i mitt sovrum och utan min vetskap filmar det som händer där kränks min integritet.

Bakom varje sådan kränkning döljer sig ett problem av något slag, stort eller litet, men det är olika problem som måste beskrivas med olika begrepp, analyseras med olika metoder och lösas var för sig. Att staten, storföretagen eller grannen vill veta "allt" om mig är nästan aldrig sant. (I 99 fall av 100 vill de veta något specifikt.) PUL-modellen, att skapa integritetsskydd med svepande förbud mot all hantering med personuppgifter (dataskydd) fungerar inte. Internet formligen kokar ju av personuppgifter. Hur skulle det kunna vara på annat sätt? Människan är en social varelse med ett nästintill outsinligt intresse av att prata med varandra om varandra.

Utän tvekan behöver vissa personuppgifter skyddas i vissa sammanhang, men att göra hemlighållande av dem till defaultläge, till ett normaltillstånd att bryta bara i undantagsfall, är en annan sak. Då utgår man från människan som eremit, från att isolering är det naturgivna tillståndet och att det rika utbyte av personuppgifter som ett normalt socialt liv medför är ett undantag som ska regleras. Det fordras inga socialpsykologiska djupstudier för att inse hur orimlig den föreställningen är.

Varje trovärdig analys av integritetsproblem måste utgå från att människan är ohjälpligt kluven. Vi behöver närhet till andra människor samtidigt som vi inte vill betala priset för den. Kluvenheten förbises nästan alltid i analyser och debatter, och detsamma gäller en annan central aspekt av personlig integritet: *att vi bara kan ha integritet i relation till andra*. Den som försöker värna sin integritet genom att avstå från nära relationer, genom att aktivt söka hindra andra från att nå kunskap om henne/honom, måste isolera sig.

I teorin må eremitillvaron vara lösningen, men utmärkande för eremiten är just att han inte har några relationer. I eremitens värld finns inga människor att dra sig undan från, att ha hemligheter för, att begära respekt av. En person som söker värna sin integritet genom att minimera omvärldens kunskap om honom/henne måste alltså i praktiken undvika de enda miljöer (de sociala) i vilka han/hon behöver den.

Det integritetsskydd som politiker kan besluta om med någon grad av trovärdighet måste vara avgränsat och entydigt. Skydd mot den obehagligt nyfikne grannen kan bygga på det redan existerande förbudet mot ”ofredande”, ett förbud som idag kan behöva kompletteras på vissa punkter. Skyddet mot staten måste utgå från vår långa tradition av offentlighet i all myndighetsverksamhet och kompletteras med starka och självständiga kontrollorgan som vakar över de områden där personuppgifter i hög grad måste vara sekretessbelagda. Skyddet mot snokande storföretag kan sannolikt också förstärkas, åtminstone som ett första steg, genom ökad öppenhet. Skyddet för meddelare som själva berättar – eller läcker till journalister – om tvivelaktiga marknadsförings- och försäljningsmetoder är idag otillräckligt.

Avslutningsvis måste lagtiftaren frigöra sig från den sedan länge dominerande föreställningen att integritet per definition är något som rinner mellan kommunicerande kärl. Det brukar heta att *individens* intresse av en skyddad sfär alltid måste vägas mot *samhällets* behov av något. FRA-lagen till exempel, är nödvändig för bekämpandet av allvarlig brottslighet och därför måste individens önskemål om integritetsskydd stå tillbaka. På det ena området efter det andra anses samhällets behov av fungerande sjukvård, forskning, tull- och skatteverk-

samhet, samhällsplanering med mera kräva att man ”avväger bort” den enskildes rätt till personlig integritet till förmån för det gemensamma bästa.

Det finns onekligen situationer där sådana val är nödvändiga, men det är faktiskt inte vanligt. Närmar man sig integritetsproblem med föreställningen att integritetsskydd måste kosta något i form av sämre samhällsservice, ineffektivare polis, forskare som inte kan få fram ny kunskap eller liknande, då hamnar man fel i nio fall av tio.

Allt reformarbete inom området ”personlig integritet” måste genomsyras av medvetenhet om skillnader i social och samhällelig makt.

Ser man sig om i Sverige för att identifiera människor som kränks i sin integritet är de oftast ganska lätta att upptäcka, åtminstone om man kommer dem någorlunda nära. De är människor som inte tillåts dra sig undan, som inför andra ständigt måste redogöra för sina privata förhållanden, som sällan möts med respekt och som med en mer eller mindre befogad känsla av maktlöshet hela tiden viker sig för omgivningens önskemål. Dessa människors problem kan inte lösas genom ”avvägningar”. Ingen har ”valt bort” deras integritet till förmån för något samhället behöver. Deras liv begränsas av fattigdom, fördomar (egna och andras), fysisk eller psykisk sårbarhet eller – vanligast och viktigast – att de har en underordnad position i officiella eller inofficiella maktstrukturer. Sambandet mellan maktlöshet och integritetskränkningar är uppenbart, men det är inte så enkelt att det ena nödvändigtvis måste följa av det andra.

Det finns också människor som hävdar sig väl på det personliga planet men inte gör det på samhällsnivå. De avstår från

att uttala sina åsikter och att engagera sig politiskt, socialt eller religiöst därför att de fruktar att människor i bekantskapskretsen kommer att misstolka eller misstycka – eller därför att de räknar med att samhällliga aktiviteter utanför den politiska huvudfåran registreras hos statliga organ och kan ligga dem i fatet senare. Sådana farhågor har många gånger visat sig fullt befogade, och problemet är inte av det slag som åtgärdas med ”avvägningar”.

REFERENSER

Källor erbjuder här särskilda svårigheter. Jag undersöker, kan man säga, den heta potatis som så många under så lång tid har undvikit att ta i.

Sedan slutet av 1960-talet har, främst i engelskspråkliga länder, en flod av böcker om vårt hotade privatliv publicerats. Först ut var den unge amerikanske juristen Alan Westin, som i boken *Privacy and Freedom* 1967 undersökte en rad av tidens nya, till synes integritetshotande teknologier – förutom datamaskiner också lögn-detektorer och miniatyreringen av kameror och mikrofoner.

Westins arbete fick ett starkt genomslag, och sedan dess har otaliga verk publicerats som i olika tonarter och med olika infallsvinklar larmat om de nya informations- och kommunikationsteknologiernas förödande effekter för det fria demokratiska samhället och dess medborgare. Att urskilja några särskilt viktiga böcker i denna strida ström tycks inte möjligt. Gemensamt för dem alla är dock en obenägenhet att söka pudelns kärna: Vad innebär, mer konkret, de integritetskränkningar som står för dörren? Sådant sökande tycks knappt ha resulterat i någon litteratur. Inom den vetenskapliga disciplin

som rimligen borde ligga närmast – psykologin – tycks ingenting på temat ”integritet” eller ”privacy” ha intresserat utövarna. Psykologer intresserar sig av allt att döma för människors integritet först när den saknas, när en patients oförmåga att värna sin integritet utgör symtom på psykisk sjukdom eller annan brist i personligheten.

Skönlitteraturen behandlar naturligtvis ”personlig integritet” i alla tänkbara sammanhang, men inte heller här framstår det som rimligt att nämna någon bok framför andra. Vilket av världslitteraturens stora sociala dramer handlar inte, åtminstone i någon mån, om människans integritet?

Ska jag likväl nämna några texter som jag själv haft utbyte av får det först bli ett par essäer. Dels Jonathan Franzens *Imperial bedroom* i boken *How to be Alone* (2002), dels *Lifting the Veil of the Right to be Let Alone* av Robin West i *The Private I – Privacy in a Public World* (2001). Också hos ett par norrmän – Trond Berg Eriksen och Iver B Neumann – har jag funnit intressanta bidrag. Eriksen är professor i idéhistoria och resonerar kring ”integritetens” uppkomst och utveckling, medan Neumann har titeln ”försteamanuens i Rysslandsstudier” vid Oslo universitet. Han problematiserar begreppet ”person” på ett fascinerande sätt. Eriksen och Neumann intervjuas båda av Georg Apenes i boken *Fra tillit till kontroll* (2005).





DEN FLYKTIGA ANVÄNDAREN
MYTEN OM DET SPONTANA SKAPANDET

LISA EHLIN



Internet har kommit långt sedan begynnelsen. Det har utvecklats till ett ständigt skiftande nätverk som aldrig är – utan ständigt blir. Före 1995, när Netscape presenterade sin banbrytande webbläsare, var internet inte tillgängligt för de flesta. Då uttryckte många, ofta ansedda experter, en stor misstänksamhet och kritik gentemot nätet som idé. Newsweek tyckte till exempel 1993 att det där internet nog var en fluga: “Nothing but a bunch of hype.” Året efter skrev TIME Magazine att internet aldrig skulle bli *mainstream*: det var heller inte byggt för kommers, menade tidskriften. Många hävdade också att webben knappast skulle kunna bli riktigt interaktiv – som min personliga favorit: ”You aren’t going to turn passive consumers into active trollers on the internet”, sagt ungefär vid samma tidpunkt av Stephen Weiswasser, affärsområdeschef på amerikanska tv-kanalen ABC.

Det är lätt att skratta åt dessa missförstånd idag när våra liv, åtminstone i en västerländsk kontext, mer eller mindre skulle stanna upp om vi inte hade tillgång till internet. Samtidigt är det fortfarande en svindlande tanke att en så självklar och livaktig kultur kan växa fram ur något som användarna – du och jag – själva skapat. Trots att det kanske låter banalt är det just skiftet från konsument till användare som nog är internets främsta egenskap. Vi är inte längre passiva konsument, vi

är alla deltagare. Denna utveckling har varit rasande snabb. Redan 2005 var antalet webbsidor över 600 miljarder, det vill säga 100 sidor per person. Som Kevin Kelly, en av grundarna till Wired påpekat, så har vi alltså skapat och kodat ett ogripbart antal versioner av vår kollektiva historia och presenterat dem för över en miljard människor. Allt detta har dessutom skett på drygt femton år. Det var ingen som kunde förutse detta.

Förvirringen inför vad denna användarroll medför bottenar inte minst i det enorma överflödet, både av information och av tjänster. Detta beror i sin tur till stor del på ett viktigt skifte i internets grundstruktur. Från den ursprungliga, men mer fyrkantiga HTML-koden utformades XML under slutet av 1990-talet. XML definierar innehållet i informationen i stället för formen. Data blev lättare att hantera och användarna behövde helt enkelt inte kunna komplicerad kod för att uttrycka sig eller ladda upp något online. När Blogger, YouTube, Flickr och andra användarvänliga verktyg dök upp var steget inte långt till dagens nät, där webben fungerar som en enorm plattform för ett stort antal tjänster, vilka till stor del är gratis och enkla för användaren. Detta nya skifte handlar främst om att göra webben social och flexibel. Tjänster som utvecklades för bara några år sedan verkar nu redan statiska i en helt ”real time”-baserad webb.

När nya tekniska innovationer och appar på detta sätt ideligen utvecklas snabbare än vi har ork att hinna med, hamnar den sociala dialogen på efterkälken. Är det så att vi, de flesta av oss, massan, faktiskt producerar så mycket originellt innehåll, eller är det snarare så att de som redan hade ambition, möjlighet eller kreativitet är de som främst skapar innehåll? Vilken

roll har webbföretag haft för denna utveckling? Den användargenererade webben har förstås passat Google alltför väl, men är exempelvis YouTube (som ägs av Google) verkligen en plattform för massan, produktivt sett – eller snarare ett verktyg för att upptäcka verklig talang? Är det kanske också så att de oräkneliga solskenshistorier om okända användare som via sin kreativitet upptäckts och blivit upplockade av stora företag kanske till viss del upprätthålls av företagen själva? Alternativt, hur utbredda och representativa är de litterära, estetiska, politiska eller vetenskapliga experiment online där individer lyckats påverka eller förändra?

Kanske skulle det vara enklare om internet bara handlade om videoklipp på söta katter. Men alla klick vi gör varje dag utgör numera våra liv. Det var längesedan internet var en subkultur. Det är snarare vår spegel – och samtidigt är det vårt vardagsrum. Eller för att parafrasera journalisten Monica Hesse: "Internet är inte Oz. Internet är Kansas." Dess innehåll skapas och upprätthålls av oss användare, men ska vi fortsätta utvecklas till att bli fullgoda internetmedborgare måste vi också vara medvetna om det som händer som inte syns på skärmen. I den här texten vill jag därför bena ut användarbegreppet. Hur fungerar egentligen den användarkultur som vi själva sägs ha skapat? Deltar vi i den på våra egna villkor? Existerar det rentav en myt kring användaren?

AUTOMATISERAD KUNSKAP: WIKIPEDIA

Wikipedia är som bekant uppslagsverket alla kan redigera. Och inte minst är det uppslagsverket alla använder. Eller vänder sig till för att få svar. Det verkar demokratiskt inte bara för vem som får bidra med innehåll, utan även vilken typ av inne-

håll som förtjänar att tas upp. Det är numera svårt att tänka sig ett begrepp eller koncept som inte har sin egen Wiki. Slår du i Encyclopedia Britannica lär du inte hitta listor över "Homer Simpsons jobb", "artificiella objekt på månen", "tunnlar, listade efter längd" eller "paradoxa". Här finns artiklar som behandlar "Death from laughter", "Bigfoot trap", "Alien abduction insurance", eller en av de märkligaste jag själv hittills ramlat över, en artikel om konstkonceptet "The Euthanasia Coaster" (att begå självmord i en bergochdalbana). Det är när man börjar gräva bortom de mer självklara uppslagsorden som Wikipedia visar sin ofantliga bredd.

Tanken på en plats där alla tillsammans arbetar för något gemensamt, "the wisdom of crowds", var också tilltalande från början. Författaren Clay Shirky beskrev i ett TED-framträdande hur vi, samtidigt som vi ständigt uppdaterar Wikipedia, också bygger en bättre, mer samverkande värld. Det är stora ord, baserat på den utbredda uppfattning att vi alla kan delta – och får delta. Wikipedia verkar på många sätt ha blivit ett slags illustration för detta rika, produktiva medielandskap, för internets potential som helhet. Men denna utåt sett öppna och fria sajt, beviset på att massan är smartare än eliten, styrs på många sätt inifrån, inte sällan med ett slags järnhand. Så mycket öppenhet och kreativitet får man helt enkelt inte gratis. Wikipedias kärna består av en strikt hierarki där en liten grupp individer ständigt tillrättavisar och tar bort uppdateringar och inlägg. Redan 2009 beskrev den amerikanska journalisten Nicholas Ciarelli i en artikel för The Daily Beast myten om Wikipedias öppenhet kontra dess dragning mot ett strängt "in-group"-beteende. I artikeln kom även sajtens grundare, Jimmy Wales, till tals: "There's this tight community that is

actually doing the bulk of all the editing.” Och om inte detta var nog hävdade Wales också: ”I know all of them, and they all know each other.”

Det visar sig att endast två procent av användarna redigerar ungefär 75 procent av innehållet på Wikipedia. Uppslagsverket är öppet för alla – men redigeras av få. Dessa upprätthåller någon slags rimlig nivå på all fakta. Miljoner användare kan trots allt leda till tvivelaktiga sanningar eller obekräftade påståenden. Vissa större artiklar är till och med skyddade, eller låsta, från yttre påverkan. Vad som då händer är att fel information i stället kan ligga kvar i månader utan att någon kan – eller får – gå in och ändra. Detta hände exempelvis med Wikisidan för John Seigenthaler Sr, chefredaktören för USA Today. När Seigenthaler läste sin egen biosida kunde han chockat konstatera att han tydligen varit direkt involverad i mordet på både John och Bobby Kennedy. Han svarade på Wikiartikeln med att skriva att om något mord har begåtts, så var det på hans egen karaktär.

Det hela är paradoxalt, eftersom att ”använda” Wikipedia både kan syfta på att läsa artiklar och att ha möjlighet att kunna bidra med text. Därtill kan man använda sajten som källa, liksom faktagranska och ändra andras artiklar. Framför allt faktagranskningen har gått i linje med devisen ”the wisdom of crowds”. Ju fler som kan se, desto större chans att fel kan rättas till. Wikipedias officiella hållning och praktik har hela tiden rört sig kring fria licenser, öppenhet, fri distribution (innehållet går att kopiera) och innehållsmässigt oberoende. Men denna ambition blir förstas problematisk då regleringen, åt båda håll, inte fungerar. Sajten kan då utnyttjas, exempelvis av den norska massmördaren Anders Behring Breivik, som spred

sina idéer just via Wikipedia. Användarkultur innesluter både avsändare och mottagare, men avgör underförstått också vem som har tolkningsföreträde.

Wikipedia ställer alltså den användargenererade internetkulturen i ett nytt ljus. Det är inte bara så att en betydligt mindre del användare än vad som är den generella uppfattningen kan, har möjlighet till eller ens får redigera innehållet i Wikipedia. Det är dessutom så att en stor andel – av denna redigerbara mindre del – dessutom inte skrivs av människor, utan av maskiner. Wikipedia är en plats som till stor del befolkas av så kallade bots och algoritmer, det vill säga robotar, som sköter uppdateringar och faktagranskning. Bots är dataprogram skapade för att automatiskt utföra uppdrag utan att en användare ger några kommandon. De kan vara din motspelare i ett spel, de kan göra reklam för något, de kan svara på dina servicefrågor eller köpa upp alla bra platser på en konsert. ”Boten Anna” i svenska artisten Basshunters hitlåt från 2006 handlade just om en sådan robot.

Ungefär 60 till 70 procent av de mest aktiva redaktörerna/redigerarna på Wikipedia är de facto bots. Smackbot, den mest aktiva roboten på Wiki, arbetar främst med att förhindra ”edit wars”, det vill säga, den känner av och låser artiklar som uppdateras alltför intensivt och okontrollerat. Detta är ett viktigt uppdrag just på grund av den ständiga oenigheten kring faktagranskning och tolkning som alltid pågår på sajten. Stora edit wars, det vill säga fakta som genererat lika mycket kontroverser som trafik genom åren, har gällt allt mellan nationaliteten på den excentriska vetenskapsmannen Nikola Tesla, huruvida receptet på klassisk Ceasarsallad innehåller anjovis eller inte, vad ”planeten” Plutos artikel skulle kallas när Pluto slutade vara en

planet, eller hur stor "Dödsstjärnan" i *Star Wars* egentligen var. Till och med Wikipedias grundare har varit föremål för stor polemik när han tog bort sin egen sida, och därmed när hans födelsedag inföll, vilket slutade med att användare länkade till andra sekundärkällor som bekräftade Jimmy Wales födelsedatum.

Men maskinerna gör mer än agerar vakter; de har också börjat frilansa som innehållsproducenter. De används numera inom områden där vi bara för några år sedan nog inte trodde att vi skulle stöta på dem. I Sverige har Rasmus Fleischer på sin blogg Copyriot.se och i sin *Boken och biblioteket* (2011) exempelvis skrivit utförligt om så kallade robotförfattare. Ta Philip M Parker – som själv kallar sig "den mest publicerade författaren i planetens historia". Han har enligt Amazon författat inte mindre än 100 000 böcker. Problemet är bara att varje mening i dessa böcker redan finns på nätet; det handlar om robotmjukvara som samlar in fakta från just Wikipedia, och automatiskt förpackar denna information till en beställbar digital bok. Snarlika mönster återfinns inom journalistiken. Steven Levy skrev till exempel för en tid sedan i *Wired* om robotreportrar, de algoritmer och bots som i allt högre utsträckning sköter nyhetsrapporteringen. Visserligen fortfarande utan större känslomässiga utsvävningar. Icke desto mindre informerar, uppdaterar och sammanfattar de exempelvis sporthändelser löpande. Artiklar skrivna av robotar hittas numera på stora sajter som *Forbes*. Lätt provokativt frågar Levy Kristian Hammond (skaparen av reportermjukvaran "Narrative Science") hur många procent av nyheter som kommer vara skrivna av datorer om femton år – 90 procent menar han. Användare kommer dessutom kunna skraddarsy tonen och uttrycket i rapporteringen. Och vid frågan om en maskin kommer vinna

det litterära Pulitzerpriset inom tjugo år, svarar Hammond att det snarare kommer att ske om fem år.

Det är alltså inte bara så att möjligheten att påverka innehåll som vi alla använder är mer styrt än vad som utlovats. Bots ökade användning inom kreativa områden sätter onekligen också kritiken om bloggarnas urlakande av god journalistik i ett nytt ljus. I sin bok *The Cult of the Amateur* från 2007 drog mediekritikern Andrew Keen paralleller mellan den närgångna bloggkulturen online och biologen T. H. Huxleys teori om att ett oändligt antal apor med tillgång till ett oändligt antal skrivmaskiner förr eller senare skulle skriva Shakespeares samlade verk. Keen menade då att med webb 2.0-teknologi så har skrivmaskinerna bytts ut mot persondatorer; aporna motsvarar internetanvändarna. Med sin intensiva kritik av hur högkvalitativ mainstreamkultur ersattes av användargenererad och ickeprofessionell kultur, utgick Keen från att antalet amatörer var så många att de utgjorde ett hot. Den användargenererade kulturen online har dock bytt skepnad; dagens användarkultur handlar inte längre bara om kvalitet och tolkningsföreträde utan fastmer om hur maskiner själva både använder och producerar innehåll. Språkforskaren William Winders skrev för några år sedan om vad han kallade ”writing machines”, det vill säga nästa generations textbehandlare. Datorn är enligt Winders alltför kraftfull och avancerad för att endast användas som en simpel ordbehandlare. Skriftmaskinernas tid verkar nu vara kommen.

KOPIERAD KREATIVITET: TUMBLR

Öppenhet och användarvänlighet har varit drivande figurer för hela webb 2.0-fenomenet, men interaktiviteten på Wiki-

pedia är som antytts diskutabel. Gränsdragningen mellan användarkultur och användargenererad kultur är inte så enkel som man kan tro. Relationen mellan de olika grupperna som använder och skapar Wikipedia är viktig, men mer centralt är alltså den alltmer komplicerade och osynliga relation som alla dessa grupper har till robotar. Då bots inte bara utför rutinuppdrag utan även håller koll på vandalism, trafik och utveckling av sajten så är deras aktivitet inte bara teknisk utan även social. Var går gränsen där övervakning blir kontroll?

Om Wikipedia visar sig vara betydligt mindre öppet än vad som ofta framhävs, så är bloggplattformen Tumblr i realiteten dess raka motsats. Ett nätverk av mikroblogger där kreativiteten aldrig verkar vilja ta slut. Man kan argumentera för att man på Tumblr hittar just den demokratiska, produktiva användarkulturen – men även här finns glipor. Tumblr kombinerar ett socialt nätverk med en helt formbar uppbyggnad (det vill säga både noviser och programmerare ser fördelar med att använda Tumblr). Du kan ladda upp praktiskt taget vad som helst (ljud, video, text, bild, gifs) med ett enkelt knapptryck eller via mobilen, och du har själv kontroll över hur mycket information som du vill lämna ut, både i registrering och sedan utåt, på din Tumblrsida. Tjänstens uppbyggnad uppmuntrar kollektivet såväl som individen eftersom alla har sin egen specifika sida men samtidigt baserar sina diskussioner och poster på varandras innehåll. Fokus på bilder och en förkärlek för enkla, korta mikrobloggerinlägg har influerat sajtens image. Det är lätt att dra referenser till begrepp som *moodboards* eller *scrapbooks*, det vill säga collage av material som tillsammans utgör en stämning eller en estetik. Snabbheten skapar också ett slags spontanitet.

Många av bloggarna på Tumblr handlar om att plocka bilder någon annanstans ifrån som passar till ett specifikt tema. Roliga Tumblrs som ”Kim Jong Il Looking at Things” (base-
rade på bilder där den forne Nordkoreanska diktatorn besöker olika inrättningar), ”Accidental Chinese Hipsters” (bilder på personer med kinesiskt ursprung som på olika sätt ignorerar västerländska normer för hur man bör klä sig) eller bildbloggar med modeinspiration, som ”Miss Moss” (detaljer från modereportage och gatumode). Reblog-knappen – av någon kallad en ”immaterialrättslig huvudvärk” – uppmuntrar just till delande snarare än skapande. Den innebär att du ”citerar” någon annans post på din egen Tumblr. Har du hittat en video eller en text du tycker om klickar du på reblog och posten hamnar på din egen Tumblr, precis i samma utförande, om du inte aktivt går in och ändrar eller lägger till. Många Tumblrs baseras helt på att följa och reblogga exempelvis andras bilder, men utifrån specifika val sedan skapa egna teman. Den fungerar alltså ungefär som Twitters ”retweet”-knapp, men kom faktiskt två år innan Twitter lanserade sin retweetfunktion.

Denna delandets kultur – culture of sharing – har också kritiserats. Är det produktivt och kreativt att basera en stor del av sitt uttryck på innehåll som andra producerat? Popstjärnan Drake skrev i slutet av 2011 på sin blogg hur Tumblr endast går ut på att unga lever och efterliknar andras liv i stället för att skapa egna erfarenheter och uttryck. I mer elaborerade ordalag har poeten Kenneth Goldsmith givit uttryck för en snarlik samtidsdiagnos – men med omvänd och mer öppen syn på de positiva effekterna av denna förändring. Han har skrivit en bok om ”okreativt skrivande” och undervisar också i ämnet. Där uppmuntras plagiat, okreativ kopiering, textuell cirkula-

tion, ohöljd excerpering, sampling, appropriering – ja, rentav stöld – det vill säga, digitala praktiker som informationsstinna, fildelande och Tumblranvändande studenter konstant nyttjar i sin egen vardag. ”Not surprisingly, they thrive”, som Goldsmith påpekat.

Oavsett om inställningen att användarna på Tumblr endast delar med sig av andras skaparkraft stämmer eller inte, verkar företaget tagit till sig av kritiken. New York Times skrev i februari 2012 att Tumblr har anlitade skribenter och två redaktörer för att täcka allt som händer i Tumblrvärlden. En av redaktörerna, Jessica Bennett, jämför i en intervju Tumblr med en enorm stad med 42 miljoner invånare, vilket är det ungefärliga antalet Tumblrbloggar som existerar. På en sådan enorm plats måste någon rapportera och förmedla alla idéer och teman som delas och skapas där. I april 2012 presenterades också bloggen ”Tumblr Editorial”, där Bennett och andra alltså väljer ut och förmedlar flödet av spännande fenomen som händer på Tumblr överlag. Även Tumblr behöver en curator.

Tanken med en redaktionell verksamhet är också att skapa ”in-house original content”, det vill säga att skriva eget material. Eller som vice vd:n på Tumblr, Andrew McLaughlin säger: ”Våra redaktörer kommer syssla med riktig journalistik och analys, inte PR-fluff.” Här finns alltså en kvalitativ ambition. Det är ett subtilt skifte i användarfokus från företagets sida – och visst stämmer båda bilderna av Tumblr innehållsmässigt. När nyheten kom att Tumblr skulle börja arbeta med en redaktör och journalistdriven blogg, poängterade även grundaren David Karp att det handlade om att gräva fram det intressanta som redan finns bland olika Tumblrs. Man kan dock fråga sig varför Tumblr känner ett behov av att börja

styra innehållet ovanifrån? Ur PR-synvinkel handlar det till stor del om att få användarna att stanna längre på sidorna, så att värdet ökar för annonser och investeringar i sajten, även om både Karp och hans redaktörer vill få det till att handla om kreativitet. Vad gäller PR har samma redaktionella blogg även en underkategori kallad #storyboard, där användare kan bidra med berättelser om hur Tumblr förändrade deras liv. David Holmes skriver i den intressant betitlade artikeln ”Death To Blogs Dot Tumblr Dot Com” att detta visserligen kan vara ett bra sätt att uppmuntra användare att skapa just eget ”original content” och inte bara reblogga eller lägga upp saker de hittat på Tumblr, eller någon annanstans på webben. Plötsligt finns här potential för Tumblr att konkurrera på områden online som tidigare dominerats av andra publiceringstjänster (exempelvis Wordpress). Kombinerat med reblog-knappen är Tumblr dessutom betydligt bättre anpassat för den framväxande sociala webben.

Att aktivt gå in och plocka upp vissa historier, eller specifika bloggar, kan också skapa oordning i det organiska community som bildats. För att förtydliga kan man jämföra med den sociala fotodelningsappen Instagram, som nyligen köptes upp av Facebook för det facila priset av en miljard dollar. Rent tekniskt skulle ju Facebook, med alla sina resurser, kunna skapat en liknande app själva och anslutit den till sajten. Men det var, vill jag hävda, Instagrams användare som Facebook ville åt. Det var själva bildanvändningen och idériakedomen som var intressant – inte appen i sig. Vill man vara ännu mer dramatisk kan man säga att de köpte människor. Men Instagram finns endast som app, du kommer inte åt bilderna via din dator såvida du inte laddar upp dem på en annan social medietjänst.

Detta har bidragit till dess framgång som en sammansvetsad och personlig gemenskap. Ingen vet riktigt vad som kommer att hända då Instagrams specifika typ av användande, bruk och stämning blandas med Facebooks. På samma sätt kan en alltför påtaglig curation från Tumblrs redaktion göra mer skada än nytta för en plats som gjort sig ett namn på sin kreativa frihet.

BEGRÄNSAD VALFRIHET: SPOTIFY

Tumblr är ett utmärkt exempel på hur komplex webbens användarkultur har börjat bli. Är riktigt kreativt innehåll alltid skapat från någon slags ursprungskälla, eller kan det även innefatta delande av andras tankar? Ju större och fler mikrobloggar och sociala sajter blir, desto större behov finns det av styrning och organisation av flödet – åtminstone från vissa kommersiella aktörer. Man kanske skulle kunna kalla det en allmännyttig tjänst med privata intressen.

Oavsett nivå av aktivt deltagande tror jag få skulle bestrida känslan av utmattning när man ställs inför allt vad internet producerar, delar, distribuerar, presenterar. Hur man tar sig an all information visar sig åtminstone delvis i vilken utsträckning man låter andra välja ut vad som borde vara relevant åt en. Så kan man exempelvis se på det skifte som enligt många just nu sker i musikbranschen, från ett nätverk av mp3-bloggar till allomfattande, men också mer generaliserande streamingtjänster. Sedan svenska Spotifys födelse i oktober 2008 har mottagandet varit varmt i de länder där streamingsajten finns, och den är nu uppe i ungefär tio miljoner användare. 2010 kom även en liknande tjänst kallad Rdio, skapad av grundarna till Skype, och i USA finns även den enormt populära radiosajten Pandora, med ungefär 150 miljoner registrerade användare.

I alla tre fallen handlar det om att all musik praktiskt samlas på en plats. På Spotify och Rdio kan användaren göra spellistor som kan delas med andra (eller till andra plattformar). I alla tre fallen är curatorfunktionen också tydligt uttalad – ”Check out the most popular albums in your network or explore curated playlists”, som det står på Rdios hemsida.

Dessa sajter erbjuder en service; de är ”lean back”-tjänster. I ett nätlandskap fullt av konstant aktiv navigering bjuder de på något som inte ska underskattas: de väljer åt dig. Och förstås, inte helt irrelevant i sammanhanget, det är helt lagligt. Framgång tyder också på en tendens mot ett slags automatiserad urvalskultur. Med hjälp av maskinerna skalar vi bort små orosmoment ur vardagen. Det är en dimension av den interaktivt sociala webben som det inte talas speciellt mycket om. Användaren som skapar är också fortfarande användaren som konsumerar. Och interagerar. En stor del av Spotifys lockelse ligger i att skapa spellistor, individuella eller kollektiva, och dela med varandra. Precis som på Tumblr kan man också följa andra användare och lyssna på deras listor. Spotify är också inkorporerat med andra sociala tjänster, exempelvis Facebook och Twitter. Facebook automatiserade nyligen musikhistoriken på Spotify vilket innebär att om man inte aktivt går in och ändrar status så syns allt man lyssnar på i nyhetsflödet på Facebook – en ändring många var allt annat än nöjda med. Detta handlar till stor del om att maximera antalet användare genom att ständigt locka fler och integrera andra sociala nätverk med tjänsten, där både Facebook och Spotify vinner på att föra samman varandras gemenskaper (precis som med Facebooks tanke med Instagram). Strategi och tillämpning är idag lika viktigt för ett företag som dess faktiska närvaro online.

En konsekvens av detta sammanförande av musik på ett ställe – ett slags förpacketering med sociala fördelar och enormt utbud – är att små okända akter, obskyr dansmusik, bortglömda klassiker, inte längre får plats. Den långa svansen är kortare än man tror. Utvald tillgänglighet eliminerar det marginella. Här är det konsumtion som styr både cirkulation och curation. Musik och mp3-blogger har på många sätt fungerat i motsats till detta förhållningssätt. De är nischade, smala, personliga och ibland svårfunna. Deras existens bygger också på att användaren vill hitta saker på egen hand – det vill säga vara en aktiv *user* i ordets ursprungliga bemärkelse. Ett slags virtuellt bläddrande i skivbackar, eller digitalt läsande av fanzines kanske. Här finns ett större uttryck av individuell kontroll, där sökandet efter det okända är själva motorn, i motsats till ett antagande om att inte ha saker på en plats skulle vara ett bekymmer. Om man dessutom inte vet vad man söker efter på förhand utan vill hitta just det nya, vilket ofta är fallet bland musikintresserade, är det också svårt för Spotify att vara behjälpligt. Spotify och Rdios fria och enkla streaminglösningar kommer alltså med ett högt pris. En typ av demokrati ersätts av en annan, där användaren helt enkelt, genom val av tjänst, väljer bort – genom att nöja sig med vad som finns tillgängligt. Eller som journalisten Eliot Van Buskirk skriver i Wired 2010: ”When faced with social freedom on the web, we chose social curation instead, and now we’re dealing with that choice.”

MYTEN OM ANVÄNDAREN

Det finns alltså en spänning mellan användarkultur och användargenererad kultur. Mellan det organiska och organisatoriska. Förvirringen, ja myten, kanske ligger just i åtskillnaden

av det sociala och det produktiva. Men bottnar det här i en alltför stark tilltro till den enskilda användarens kapacitet? För precis som i fallet med YouTube, så ligger det en viss skillnad i att redan kreativa individer får chans att komma fram, och att ”ny” skaparkraft hos en bredare publik genereras. Vi kan se paralleller hos andra sociala plattformar. Företaget Intellecta Corporate släppte nyligen en rapport där de bland annat kommit fram till att endast sju procent av användarna på Twitter (i Sverige) står för 75 procent av alla tweets, och då använder bara sju procent av befolkningen Twitter överhuvudtaget. Många av dessa är journalister, akademiker eller välkända profiler. Även om gränsdragningarna är svåra att göra eftersom Twitter också är internationellt i sin karaktär, så finns eliten någonstans kvar – om än i nya former.

Genom att titta på hur vi faktiskt använder webben innefattar historien om den demokratiska och ständigt producerande användarkulturen på ett sätt också sin egen avmystifiering. Genomsnittsanvändaren söker lika mycket efter underhållning och support som efter plattformar för kreativt uttryck. I regel är han eller hon en ”lurker” – en person som konsumerar utan att vare sig kommentera eller producera. I en del fall är användare som är aktiva på en plats lurkers på ett annat. Jag är exempelvis själv mycket aktiv på Twitter, men håller mig oftare i bakgrunden i samtalstrådar på Facebook eller i kollektiv e-post. Lurking kan handla om blyghet, integritet, anonymitet, att personen befinner sig på en arbetsplats med vissa restriktioner, eller helt enkelt har ont om tid. Enligt en rapport från 2000 (*Lurker Demographics: Counting the Silent*) kan så många som 90 procent av en gemenskap eller en grupp vara ickeaktiva. Men situationen är sällan statistisk. De flesta av

oss kanske också känner igen oss själva i att vara försiktiga och iakttagande i ett nytt socialt sammanhang. Lurking är ett sätt att lära känna en nätgemenskap och är på så sätt inte konstigare än i någon annan social situation. Vad flera av rapporterna jag läst verkar trycka på är att det oftast rör sig om temporal och anpassad inaktivitet, det vill säga någon håller sig i bakgrunden ibland, men är aktiv i ett senare skede, eller på en annan plats. Med Wikipedias stränga regelverk kanske det inte heller är konstigt att nya användare som vill bidra förhåller sig återhållsamt. Men Wikipedia skapar därmed genom sina strikta regleringar ett gap mellan sig själva som ”superanvändare” och de som skulle kunna, men inte får tillgång till att bidra utan istället endast får använda sajten som lurker. De som använder Tumblr eller Instagram är med stor sannolikhet intresserade av popkulturella fenomen, men inte nödvändigtvis mer ”tech savvy”, eller tekniksmarta, på grund av detta. Här måste man kanske avskilja just superanvändaren, med sina specifika intressen, stora kunskap och enorma tid spenderad framför skärmen. I jämförelse med den bredare användarkulturen har denne hypotetiska, men samtidigt högst reella, superanvändare fått alltför lite uppmärksamhet. En brist på uppmärksamhet som nog bidragit till en skev syn på internetbruk.

Onlinekulturen bör också innefatta de som är offline. Över en miljon svenskar står fortfarande utanför internet; enligt en rapport från internetsäkerhetsföretaget Incapsula, är dessutom 51 procent av trafiken på internet ”icke-mänsklig”, det vill säga en enorm del av rörelsen på webben görs av bots, sökmaskiner och program. Det sistnämnda tål att tänkas på. Men även om tillgången till datorer och internet ändå ökar så är det heller inte samma sak som praktik. Användarkultur förut-

sätter till stor del också delaktighet. Visst är möjligheterna att blogga spontana åsikter större och enklare. Vad de flesta, och mest framgångsrika, tjänsterna och plattformarna ändå erbjuder, och vad som gör dem framgångsrika, är interaktion och möten. En typ av produktivitet vi kanske inte kan mäta i vare sig annonser eller trafik.

Vad diskussionen om nätet framöver i högre grad borde inkludera – parallellt med frågor om kvalitet och upphovsrätt, privat och offentligt, anonymitet och andra typer av mellanmänskliga spörsmål – är enligt min mening den växande självklarheten med vilken maskinerna blir alltmer delaktiga. Tillsammans med XML skapar du och jag idag vad som kallas ”database-backed web” där det är vi, användarna, som organiserar innehållet via den dagliga användningen av våra olika plattformar. Varje gång vi postar och taggar saker lär vi maskinerna något nytt. Varje gång vi klickar på en länk skapar vi ett nytt digitalt fotspår som maskinerna kommer ihåg. Web 2.0 för oss inte bara närmare varandra kommunikativt och kreativt, utan det för oss också närmare maskinerna. I förlängningen är våra digitala fotspår också en fråga om makt. Det sätter våra uppfattningar om hur vi värdesätter information och auktoritet på spel. Vi rör oss dessutom in i ännu ett skifte, web 3.0, där webben alltmer kommer att förändras mot ett mobilt internet. Detta kommer innebära ytterligare utmaningar, för företag såväl som för den enskilda användaren.

I Kevin Kellys anda när jag ändå en stor tilltro till användarens förmåga, utveckling och förståelse, inte minst i samarbetet med andra. I slutändan argumenterar internet för samarbete snarare än konkurrens. Samma verktyg som verkar överväldigande kan också – ja, bör också – användas, och har

då potential att bli verkligt demokratiskt. Användarkulturen online står inför ett slags dilemma, där kollektivet utgör själva funktionen, men samtidigt urlakas i styrka och potential när det ständigt regleras. Likväl som vi kan ställa oss frågan om vi har för höga förväntningar på att vi gemensamt ska bidra med ett ständig kreativt uttryck, bör vi kanske parallellt, i ljuset av hur webbtjänster styr vår användning, fundera på om vi ännu har nått vår fulla potential. Kevin Kelly avslutar sin klassiska Wiredartikel från 2005 med: "Our Machine is born. It's on." Om det är vi som utgör maskinen kanske utmaningarna inte verkar lika skrämmande, utan snarare möjliga att påverka. Compté de Lautreamont skrev i sitt avantgardeprogram från 1870: "Poesi måste göras av alla och inte av en." Men kanske är det datorn HAL i Stanley Kubriks *2001: A Space Odyssey* som betecknat framtidens användarkultur allra bäst: "I am putting myself to the fullest possible use, which is all I think that any conscious entity can ever hope to do."



The background of the cover is a complex, abstract geometric pattern. It consists of a grid of triangles that point towards the center. The triangles are filled with three colors: black, white, and a medium gray. The arrangement creates a sense of depth and movement, with the triangles appearing to recede or advance from the viewer. The overall effect is a high-contrast, minimalist design.

PROFITENS PROFETER

MYTEN OM IDEALISMEN

PAUL FRIGYES



Under sitt anförande på Ted Talks i Amsterdam februari 2010 gav Wiredredaktören och nätprofeten Kevin Kelly en slående vid definition av ordet teknologi: "Allt som är användbart och skapat av människor." Han gick vidare till att säga att teknologins rötter stod att finna i universums uppkomst – i Big Bang. Inför en entusiastisk publik levererades så slutsatsen: "Man kan se tekniken som det sjunde av livets sex kungariket."

Kevin Kellys tal är på många sätt typiskt för det sätt som internet och sociala medier brukar presenteras av dess mest namnkunniga kännare. Det handlar en väckelserörelse om ett fenomen som sägs lyfta mänskligheten till en tillvaro av aldrig förr skådade dygder. En ny människa, en ny ekonomi, mer demokratisk och i grunden en högre stående ordning. Att Kelly även skrivit en bok med titeln *What Technology Wants* antyder att tekniken i sig utmålas som en högre makt, vars eteriska vilja vi bör underkasta oss. Om budskapet för tankarna till religiös väckelse, så associerar den ibland även till tankar om kommunismens lyckorike. På sin hemsida konstaterar Kelly att "internet ägs av alla" – detta eftersom de största aktieposterna i USA ägs av pensionsfonder. "USA:s arbetare äger verkligen produktionsmedlen kollektivt", menar han i vad som rimligen bör tolkas som att internet är på väg att realisera kommunismens utopiska drömmar i den vitala marknadsekonomin

grönska. Jo, nog blinkar lamporna rött alltid.

Samtidigt ska det sägas att i grunden är denna högoktaniga framtids- och teknikooptimism inte löjlig. Utan förmågan att drömma är det svårt att tänka sig förmågan att skapa. Utan förmågan att ha storslagen tro på framtidens möjligheter är det svårt att forma den. De rusiga visionerna är därför framför allt tecken på mänsklighetens sprudlande kreativitet och framtidstro, och själva internettekniken har i sig obestridligt positiva effekter. Den befordrar en kunskapsspridning större än någonsin tidigare, tillika transparens, interaktivitet och tillgänglighet som man förut bara kunnat drömma om. Nätets sociala medier har därtill börjat bryta upp och genomlysa medieklassens gamla – och emellanåt – missbrukade monopol på sanningen.

I takt med att nätväckelsen tagit form i organisationer och storskaliga affärsdrivande verksamheter har drivkrafter och idéer också förvandlats. När jag i början av maj 2012 besöker New Yorks klassiska bokhandel Strand frågar jag en expedient var jag kan hitta böcker om ”visioner om internet och sociala medier” får jag ett svar som förvånar mig en aning: ”De står på avdelningen för marknadsföring.” Kanske är det naturligt. Med internets ökade mognad har frågorna om nätets framtid alltmer kommit att gälla marknadsföring och hur man tjänar pengar. I de intima, vittra bokhyllorna på Strand hittar jag en rad böcker som behandlar hur företag kan lära sig använda *sociala* medier för att göra reklam, öka vinsterna och nå nya kunder.

Förskjutningen är talande. Under förra seklets sista år skrev jag ett reportage på Aftonbladet Kultur under rubriken ”När datakod blir ideologi”, om fenomenet med öppen källkod och

hur det tycktes förvandla datatekniken till en idédriven folk-rörelse som bar fram sociala idéer om öppenhet, delande och kunskapsspridning. Det var en något oväntad hållning – då. Med 2000-talets internetexplosion blev den dock närmast allmängods, i debatterna om internet blev ofta ökad demokrati och kunskapsspridning utgångspunkt, och profeternas udd riktades mot gamla företag, sådana som höll fast vid gammal teknik, gamla affärsmodeller och ålderdomligt tänkande. Sedan dess har en förskjutning skett. Nätvärldens drivkraft är idag framför allt intäkter. Inte för att det är något fel i det. Med tanke på hur notoriskt svårt det visat sig vara för traditionella medier att bli lönsamma på nätet är det positivt att de nya nätföretagen ser till att vara livskraftiga. Däremot är det bekymrande om vi förleds att tro att nätföretagens drivkrafter fortfarande främst är att förbättra världen. För som alltid när en rörelse etableras, uppstår också nya herrar och makthierarkier.

GIGANTERNAS NÄT

I själva verket har den senaste tiden framför allt kännetecknats av att de stora aktörerna inom internetvärlden – det handlar om ett knappt dussin koncerner – inlett en närmast ursinnig kamp om marknader och publik. Störst är numera Apple, som skapat ett eget universum där åtråvärda, användarvänliga produkter med höga priser har genererat en stor grupp lojala följare. 2011 blev Apple USA-börsens största bolag med en omsättning motsvarande obegripliga 808 miljarder kronor. Microsoft, nestorn på mjukvarumarknaden, är fortfarande en gigant att räkna med, och genererade 2011 intäkter runt motsvarande 525 miljarder kronor. Amazon, bokhandeln som

växt till en komplett stormarknad på internet med hjälp av en folklig lågprisprofil, hade förra året intäkter på 360 miljarder kronor. Och Google, den moderna webbvärldens ledande nytänkare, omsatte 285 miljarder. Minst i denna skara är den sociala sajten Facebook, som 2011 uppskattningsvis hade intäkter motsvarande 32 miljarder kronor. I detta sammanhang är det lite. Att Facebook ändå är en gigant beror på att dess användare växt till över 900 miljoner.

Ett annat sätt att väga nätets huvudaktörer som sociala plattformar är att titta på hur många inloggningar de har. En undersökning från Janrain i USA visade att Facebook stod för 45 procent av inloggningarna, medan Google hade 31 procent, och Yahoo och Twitter tillsammans uppmätte 18 procent. LinkedIn, Myspace och andra mindre sajter når numera bara upp till tre procent sammanlagt. Giganterna dominerar den globala nätvärlden. Vad som är intressant med dessa fem nätgiganter är att de täcker marknader och produktområden som från att ha varit separata i snabb takt har blivit gemensamma. För inte så länge sedan var Amazon en digital bokhandel, Apple tillverkade datorer och mjukvara, Microsoft gjorde operativsystem och datorprogram, Facebook var en social mötesplats medan Google framför allt var en sökmotor. De verkade i olika branscher.

Men idag ligger nyckeln till framgång och expansion i att knyta samman vårt sociala liv med vår konsumtion – och helst även på egentillverkad hårdvara. Varje nätgigant vill serva så många av kundens behov som möjligt. Jättarna klampar därför alltså raskt in i varandras revir. Och däri ligger sprängkraften. Kultur, medier, tidningar, musik och allmänna produkter – allt förs in på en gemensam spelplan. Idag ägnar sig de flesta

av giganterna åt allt: att sälja datorer, operativsystem och program, men även böcker, musik, filmer, allmänna produkter av skilda slag, och dessutom vill man agera som plattformar för vårt sociala umgänge. Följden är att striderna mellan nätets giganter under 2012 har trappats upp till vad som alltmer liknar ett krig om digitalt världsherravälde.

När det gäller tv-underhållning, agerar Google/YouTube och Amazon nu inte bara som distributörer utan som producenter, med egna kanaler och egen programutveckling. Nyckelordet är att ”kontrollera hela kundupplevelsen”, och för både traditionella tv-bolag och nätmedier medför digitaliseringen möjlighet till långt mer raffinerad kartläggning av tittarnas beteende och vanor än tidigare. Vi tittar alltjämt mycket på tv – men liksom alla digitala apparater tittar den nu också tillbaka på oss. Nätgiganternas dominans bygger på att de inte kräver pengar av sina användare. Men detta gör också att de måste lägga så mycket större ansträngningar på att lära känna våra behov i minsta detalj för att locka oss med personliga erbjudanden. Det finns som bekant ingen gratis lunch, bara periodiserad betalning. Om något påstås vara gratis så innebär det egentligen att du är själva varan.

Nätjättarnas insamling av massiva mängder globala kunddata – som brukar åberopas som ”big data” – överträffar redan allt historien skådat. Ändå är det bara början. Nätjättarna har nämligen hittat en säljkår som inte bara är världens största, utan också den bästa: våra vänner. Social handel, s-commerce, är det som ska lyfta vår köpvilja till nya nivåer. För i allmänhet har folk utvecklat skepsis mot säljare, annonser och annan enkelriktad reklam. För våra vänner har vi däremot förtroende. Nätkoncernernas heliga graal är därför att integrera våra

köpvanor med vårt umgänge. Den högoktaniga kampen om marknader har fått en ny karaktär på senare år. Ed Keller och Brad Fay skriver i boken *The Face-to-Facebook* att framtidens vinnare är de företag som sätter människor och inte teknik i centrum för sina marknadsstrategier. Framgången nås heller inte via traditionell marknadsföring eller reklam, utan i vad som snarare kan betraktas som en omärklig och konstant åderlåtning av kundkretsen. I vilken grad de lyckas att göra det är ännu oklart. Problemet med internet som arena för affärer är den väl förborgade gratiskulturen. Den är en välsignelse för användare, men en utmaning för affärsdrivande organisationer.

För Facebook är insatserna speciellt höga, eftersom man har en affärsmodell som hittills visat sig varit betydligt darrigare än Googles. Medan 0,4 procent av Googlesökningarna leder till klick på ett annonsord når den typiska Facebookannonsen bara en tiondel så många – under 0,05 procent. Börsintroduktionen av Facebook var Nasdaqbörsens mest storslagna och omskrivna någonsin, med ett samlat aktievärde motsvarande nära 800 miljarder kronor – även om värdet tämligen omgående sjönk rejält. Hur Facebook ska kunna generera intäkter för att leva upp till sin värdering är oklart, men det är ingen tvekan om vad det handlar om: att kommersialisera världens sociala umgänge.

I en video för investerarna före börsintroduktionen gjorde Facebooks chef Mark Zuckerberg en talande förutsägelse om framtiden: ”Jag tror att vi kommer att nå en punkt där nästan varje app som används på ett eller annat sätt kommer att vara integrerad med Facebook.” Även Microsoft har insett att kampen om framtidens marknader inte handlar om att sälja

produkter i boxar, utan att infiltrera folks liv på nätet. För tre år sedan lanserade Microsoft Bing, en sökmotor tänkt att konkurrera med Google. I maj 2012 aviserade företaget att man i samarbete med Facebook skulle befrukta sökresultaten via Bing med Facebookdata så att resultaten blir mer personligt anpassade.

Nätjättarnas strategi är alltså inte längre att bygga sina affärsmodeller kring en viss bransch – utan kring folks psykologi och beteenden. Man tjänar inte pengar på att sälja vissa produkter, utan på kunskapen om när, vad och hur man lyckas sälja till människor. För kulturvärlden innebär det oanade möjligheter att vända upp och ner på hur exempelvis böcker skrivs. I stället för att ge ut böcker för att de är bra – och i bästa fall når en bred publik – kan de redan vid sin tillkomst utformas för ändamål där förläggare kunnat avläsa ett växande intresse. De berättelser vi köper ska anpassas efter ett marknadsbehov, men det omvända gäller också: marknadsföringen ska anpassas till de berättelser vi är mottagliga för. I stället för enkelriktade reklambudskap kommer vi möjligen att inlemmas i ett interaktivt ”berättande”, där erbjudanden har en direkt relation till våra liv. Den som letar efter tips på en italiensk middag kan mötas av en annons för ett italienskt vin som en vän tidigare rekommenderat. När jag i förra veckan gick in på hemsidan för Ica Maxi på Kungsholmen möttes jag av en Facebookruta där en god vän gav uppskattande kommentarer om butikens sortiment. Klart man känner sig som hemma.

Nätgiganterna utvecklar alltfler sätt att ta sig in i människornas hjärnor via våra sociala relationer. Vad tänker folk på? Vad vill de betala för? Vad kommer folk att vilja ha om en timme? Andreas Ekström beskriver i *Google-koden* hur Google

kan förutsäga saker som influensaspridning och valresultat genom att analysera sökmönster. I denna rörelse kommer Amazon, Apple, Google och Facebook samt möjligen Microsoft att dominera de närmaste åren. Andra ”sociala” företag med anspråk på massornas gunst är till exempel Tumblr, Pinterest och Twitter, vars framgångar inte i första hand bygger på kunskap om teknik, utan om just mänskligt beteende och sociala behov. Pinterest är i sig en intressant framgångssaga, ett socialt medium som bygger på att samla ”inspirerande” bilder från nätet och samla dem i en öppet personligt digitalt album. Pinterests lågmälda karaktär har gjort att den raskt mött popularitet i kretsar som inte är urbana, teknikfrälsta intellektuella, utan från USA:s mindre namnkunniga landsbygd, mestadels kvinnor. Det är inte tekniken som är banbrytande, utan förmågan att identifiera ett oexploaterat kollektivt behov.

DIGITAL MAKT

Trenden att förvalta kunskapen om våra privata beteenden, köpmönster och behov som kapital leder till upprepade intrång i våra privata sfärer. För en tid sedan upptäcktes exempelvis att mikroblogger Twitter, via bolaget Datasift, erbjudit externa bolag att köpa all twitterhistorik under de senaste två åren, inklusive lokaliseringsdata. Under vårvintern 2012 avslöjades också att Google och Apple via cookies och appar spionerat på sina användare, och i ett fall med Apples Iphone även distribuerat tillgång till användarnas privata adressböcker och foton. Det märkliga i utvecklingen är knappast strömmen av övertramp i sig, utan snarare de lama protesterna från de sociala mediernas apostlar och de som säger sig kämpa för integritetsfrågor. Piratpartiet, som oavlatligt dundrat mot statliga intrång

i privatlivet, tycks närmast obekymrat över privatföretagens ambitioner. Protester förekommer, men ebbar snart ut. Varför är det så? Förmodligen för att de moderna nätgiganterna framgångsrikt lyckats marknadsföra sig som fria och befriande krafter för den goda utvecklingen, och sluppit solkas av staternas arv av byråkrati och tröga demokratiska processer.

Bland nätgiganterna är Apple och Microsoft störst i antalet intjänade kronor. Men i kombination av bredd och inflytande är Google desto mer imponerande. Googles verksamhet är inte längre att tillhandahålla en sökmotor, utan i grunden att leverera annonser – och det i en omfattning världen aldrig förskådat. Att Google är stort och kommer bli än större har en enkel förklaring: de levererar makalösa tjänster – utan krav på betalning. Förutom sökmotorn erbjuder man som bekant till exempel mejlprogrammet Gmail, webbrowsern Chrome, YouTube-sajten för rörliga bilder, fotoalbumet Picasa för bildlagring och sociala nättjänsten Google+. Nästa steg är system för betaltjänster. I Kenya har Google redan lanserat Beba, med vilket man kan betala bussbiljetter utan kontanter, vilket för Google ännu längre in i vårt privatekonomiska blodomlopp.

Även om alltfler människor blir medvetna om riskerna med nätgiganternas ökande inflytande och insyn i våra liv, är helt enkelt bekvämligheten så stor att vi gärna avstår vår integritet. Vilket är mitt eget förhållande till Google? Hur noga är jag själv med att bevara sund distans? Svaret: inte alls. I praktiken är mitt liv helt beroende av Googles tjänster. Jag använder dess sökmotor, dess webbläsare Chrome, webbmejljen Gmail, och mitt arbete lagras jag numera i Googlemolnet Drive. Jag har lämnat Microsofts produkter och ersatt dem med Googles, eftersom mitt liv blir så mycket lättare av det. Innebär det

att Google styr mitt liv? Frågar man Google är svaret nej, de levererar bara en teknisk plattform, och underlättar enkom våra sökningar. Och visst är det användarna själva som skapar och styr sin information. Men den som kontrollerar processerna får i längden även inflytande över resultaten.

När användarnas data dessutom ska förädlas och struktureras för att brukas i kommersiella syften innebär det rent faktiskt en maktutövning. När nätjättarna tillskriver sig själva en roll som blott neutrala teknikföretag – utan inflytande över eller ambitioner för användarnas innehåll – innebär det att de i praktiken frånhänder sig ansvaret för sin maktutövning. I boken *The Googlization of Everything (and why we should worry)* skriver Siva Vaidhyanathan att ”i överväldigande utsträckning låter vi Google bestämma vad som är viktigt, relevant och sant på nätet och i världen. Men vi har givit upp kontrollen över de värden, metoder och processer som gör vårt ekosystem av information begripligt.”

Efter att ha skrivit en granskande artikel om Googles makt i Dagens Nyheter i april 2012 blev min redaktör kontaktad av Google Sverige, som dels ville ha genmäle i några sakuppgifter, dels erbjöd oss att träffa företagets ansvarige för samhällsfrågor. När jag skulle ringa Google upptäckte jag förbluffat att företaget inte listar sitt telefonnummer på Eniro. Som journalist har jag ändå privilegiet att raskt kunna få en personlig kontaktväg via Googles pressavdelning, men vid mitt lunchbesök hos Google i Stockholm hade jag en given fråga till David Mothander, Google Sveriges samhällsansvarige: Hur är det möjligt att man kan googla fram nästan allt i världen – utom Google självt? Han skrattar åt paradoxen och ger en förklaring: ”Om vi inrättade en supporttjänst skulle vi drun-

kna i samtal om alla möjliga frågor. När jag började här hade jag öppet telefonnummer, och jag fick samtal om allt möjligt. En äldre herre ringde mig och var missnöjd med utseendet på de nakna kvinnor han sökte efter, han frågade hur man hittade sidor med bättre pornografiskt material. Vi tror på nätet och tror att de hjälpvägar som finns där räcker.”

David Mothanders förklaring är begriplig. Samtidigt ska man vara medveten om att det hemliga telefonnumret och den icke-existerande supporttjänsten ändå är ett val som Google gör, ett val om att inte vara nåbar för allmänheten, att inte erbjuda personlig interaktion med användarna. För visst skulle ett företag med Googles storlek kunna ha någon form av supporttjänst, där även hantering av en del konstiga figurer och irrelevanta frågor skulle ingå i hanteringen. Det är villkor som inte minst kvällspressen länge vant sig leva med. Googles val är en påminnelse om att de nya medieföretagen i praktiken inte nödvändigtvis är mer sociala till sin natur än andra. Förhållandet till kunderna och tillgängligheten regleras inte av tekniken i sig utan, som alltid, av maktförhållanden. Att det är svårt för en läsare att få tag på Dagens Nyheters redaktörer beror inte på att det är ett traditionellt medieföretag, utan på att det är ett mäktigt medieföretag med närmare en miljon läsare.

Om Google har trätt fram som den av webbgiganterna med flest användare, så har Apple sedan länge haft de mest hängivet troende kunderna. Användarnas kärlek är i grunden baserad på Apples långvariga ledarskap i teknisk framsynthet, design och användarvänlighet. Den gör att man också sträckt sig längre i ambitionerna att kontrollera sina kunders beteende – och slå mynt av dem. Apple har en utpräglad högprisprofil och försöker i sin App Store inrätta en bekväm värld av väl-

städade appar, där 30 procent av bruttopriset för varje köp av en digital produkt tillfaller Apple. Mycket tyder på att den lätt upproriska och uppkäftiga hållning som under tidigt 2000-tal kännetecknade den unga internetkulturen nu ersätts av en förnöjsamhet inför dagens alltmer inhägnade och prissatta nätvärld. Ta exemplet med Palladium, ett säkerhetssystem som Microsoft lanserade 2002 för att vid behov kunna låsa datorer som spred skadlig kod. Efter en våg av protester mot denna makt att övervaka och ingripa mot enskilda datoranvändare skrotades systemet. Men när Apple 2012 lanserar sitt nya operativsystem Mountain Lion är det försett med säkerhetssystemet Gatekeeper som ser till att bara applikationer som licensierats av Apple får köras på datorerna. Några märkbara protester har detta inte lett till – än. För det första har Apple-användarna enastående stort förtroende för sin leverantör, och för det andra är det mer bekvämt att röra sig i en säker miljö än att hävda ideologiska principer om en öppen datorvärld. Storföretagens strävan att hägna in, prissätta och kartlägga våra rörelser på nätet tar sig många uttryck. Apple har också tagit patent på ett interface för läsning av våra ögonrörelser, och företaget Senseye påstår sig redan nästa år ha ett program för telefoner som registrerar hur vi läser och reagerar på olika sidors utbud. USA:s regering har också utvecklat mjukvara som genom att avläsa ögonrörelser och pupillens storleksändring uppger sig kunna avslöja kriminella handlingar innan de har begåtts. Och vilken rättskaffens person kan ha något emot det, egentligen?

AFFÄRER OCH ANSVAR

Nätet har som bekant raskt brutit ner de traditionella mediernas affärsmodeller. Papperstidningarnas styrka var att de kontrollerade mediet, och därför kunde ta betalt för innehållet två gånger, från läsarna och annonsörerna. Bägge fungerar idag allt sämre. Tillgången till gratis journalistik är så stor på nätet, små privatannonser har flyttat till Blocket, och företagen söker andra forum för profilering – dels nätet, men även i form av mer tv-reklam. Men att nätet inte blir en guldgruva för alla är en sanning som medieföretagen bittert erfar.

Ett halvdussin nätgiganter drar idag in gigantiska intäkter, men många förhoppningar kommer också att grusas. I förutspåelserna om marknaderna på nätet har teorin om den långa svansen – *the long tail* – varit ofta förekommande, alltså att nätet kan skapa en marknad för ett enormt antal specialprodukter, vars totala värde potentiellt kan överstiga massmarknadsprodukterna. Enligt Anita Elberse på Harvard Business School visar dock erfarenheterna att massmarknadsprodukterna kommer att dominera handeln även i framtiden, inte minst för att vårt köpbeteende är flockdjurets. Det gäller i den analoga världen liksom i den digitala. Hur internethandeln utvecklas på sikt är förstås ännu omöjligt att veta, inte heller vilka som om tio år kommer att segra i kampen om människors liv och handel. Klart är att Apple har bevisat sig som den nya världens mest enastående vinstmaskin, Facebook har etablerat sig som den globala, sociala – men troligen svårfinansierade – mötesplatsen. Amazon har med sin lågprisprofil blivit för den globala digitala handeln vad Ikea är för Sveriges inredning, Google har framträtt som den stora, breda innovatören och Microsoft är persondatorvärldens allttjämt ständigt närvarande kraft.

Dessa aktörer förefaller antyda att kampen om de digitala marknaderna möjligen kommer bli mer våldsamt än i den analoga världen. Nationalekonomisk teori lär oss att för produkter med en marginalkostnad som är noll kommer det långsiktiga priset också att obönhörligen röra sig ner mot noll. För att bemästra sina marknadspositioner måste nätföretagen hitta kreativa allianser för att generera nya mervärden och affärsmöjligheter. Därför sker ständigt gigantiska samarbeten och företagsköp ofta utan att det möter större massmedial granskning. I slutet av maj 2012 meddelade till exempel Google att de köpt Motorolas Mobilitydivision för motsvarande 90 miljarder kronor, detta för att lägga händerna på 17 000 patent för mobiltelefoner. I dagspressen gav det inte upphov till mer än notiser.

Nätvärldens knappa halvdussin giganter samlar alltså redan en enorm makt i sina händer. Vad de sällan vill vidgå är att detta medför ansvar för en maktutövning som även sträcker sig in i politikens och demokratins område. Apple och Facebook har exempelvis gjort sig kända för sina förbud respektive ingrepp mot det de identifierat som osedliga bilder. Till exempel förbjöds danska kvällstidningen Ekstrabladet iPad-utgåva i december 2010 från att säljas i Apples App Store – eftersom den innehöll lättklädda flickor. Tidningens redaktör Poul Madsens försvar om att det handlade om en ”munter dansk tradition” gav inget gehör hos Apples censorer. Och när den svenska journalisten Amanda Duregård på Facebook våren 2012 lade ut ett granskande reportage hon gjort för tidningen Faktum med rubriken ”Terapisekten” togs en av reportagebilderna bort och hon stängdes av under ett dygn. Kanske var det ett brott mot gemenskapsreglerna, men mer bekymrande

är att hon – trots idoga försök att få kontakter med Facebook – inte fick minsta förklaring till ingreppet.

Ett annat exempel på hur nätgiganternas inflytande också knyts till storpolitiken kom när Iran under 2012 hotade Google med rättsliga åtgärder för att karttjänsten Googlemaps inte hade namnet Persiska viken (Persian Gulf) på sina kartor. Iranska regeringsföreträdare kallade Googles agerande skamligt, hävdade att det fanns historiskt stöd för namnet, och att Google har tagit bort namnet från kartorna. Enligt FN och andra internationella organisationer är också Persiska viken det erkända namnet. Vilka motiv har Google haft att låta Persiska viken förbli namnlöst – när den betydligt mindre Omanviken finns tydligt utsatt på Google Maps, precis som Adenviken, Röda Havet och Arabiska Havet? Är det en del av Googles strävan efter att hålla sig väl med de nya, demokratiska regimerna i arabvärlden? Det vet vi inte. Enda beskedet Google ger är att man inte namnger alla platser på jorden.

Och kanske är det just detta som är så oroande med de nya nätgiganternas makt. Google är en global makthavare som verkar i en värld av ökad transparens, men självt knappast är mer transparent än kinesiska kommunistpartiets centralkommitté. Ingen talesperson träder fram och tar ansvar, tar ställning, eller förklarar varför Google väljer att göra det ena eller andra, och varför det ena är mer gott eller allmänt eftersträvanvärt än det andra. Häri anar vi också ihålligheten i Googles slogan ”Don’t be evil”. På ytan uppvisar den en vällovlig avsikt att vara medveten om människans ständiga moraliska val – och avsikten att faktiskt välja det goda. Men i verkliga livet är sådana val delar av högst konkreta sammanhang. Vad som är gott för en part är ofta ont för en annan. Om en ambition

om att göra gott eller inte göra ont inte ska vara bara en meningslös klyscha handlar det i praktiken också ofta om att offra något annat gott och eftersträvansvärt – ofta nog inkomster.

AVSLUTNING

I ett multinationellt digitalt företag där ekonomisk vinst och expansion är vägledande behövs givetvis öppenhet om vilka val man gör och varför man gjort dem. Fallet med Googles avbrutna närvaro i Kina – och vändorna inför att erbjuda en censurerad Googletjänst i landet – var möjligen ett undantag. Här klev Google fram och väjde för- och nackdelar med sina beslut. Men som regel nöjer sig företaget ofta med att helt enkelt slå fast sin avsikt att vara god, och stänger sen dörren.

Det är på många sätt raka motsatsen till de sociala mediernas väckelsebudskap om öppenhet och transparens. I detta perspektiv är det också intressant att nätföretagens största affärshemligheter ligger i just de datamassor och strukturer som de samlar in om oss. Det handlar inte bara om oss som individer, utan om vilken betydelse, roll och inflytande vi har i vår vänkrets. För de som levde i forna DDR har det varit en befrielse att efter murens fall få ta del av de akter som Stasi samlade om medborgarnas liv och kontakter. I nätgiganternas värld som vi alltmer vistas i borde en liknande undran slå rot: vilken bild har Facebook av mig och mitt sociala liv? Men Facebook kommer knappast att låta oss ta del av denna information – för däri dväljs dess affärshemligheter.

Vi är ännu i en epok där de sociala medieföretagen omges av ett oskuldens skimmer, där vi ofta nöjer oss med försäkringar att de nya nätföretagen leds av unga företagsledare i huvatröja och gymmaskor som ger intryck av att vara våra mest välvil-

liga och idealistiska kompisar. I själva verket handlar det om en samling globala maktspelare, multinationella företag som användarna har ytterst begränsad insyn i – och som visar påfallande stor ovilja att ta ansvar för sin politiska maktutövning. Paradoxen är att denna ökade kartläggning och övervakning av våra liv sker med vårt godkännande. Att dagens samhälle utvecklar en ny syn på integritet och privatliv är i sig inget att beklaga. Vi lever mer öppet, som i ett glashus, våra privatliv är inte skyddade som förr och vi lär oss leva i vissheten om att allt vi gör förr eller senare kan dyka upp på Facebook.

Argumentet att man är fri att välja andra tjänster är i teorin korrekt. Men den globala arkitekturen på nätet gör sådana val i praktiken ytterst obekväma. Den som till exempel köper en smart mobiltelefon upptäcker raskt att hela poängen, användarvänligheten och tillgången till även enkla tjänster och funktioner bygger på att man är inloggad med namn och personlig kod. Det nät vi vill nyttja för att söka information tycks i själva verket likna ett fiskenät där vi själva utgör fångsten. Men nätgiganternas övervakning sker inte i första hand i syfte att styra eller förbjuda våra tankar – utan för att profitera på dem. En Storebror träder allt tydligare in i våra moderna liv. Men det är inte Big Brother i George Orwells tappning – utan i Kanal 5.

För allmänheten är det hög tid att få en nykrare syn på både nätgiganternas och de sociala mediernas roll i samhället. Nätets dominerande aktörer är inte nödvändigtvis ulvar i fårakläder, men ska heller inte misstas för vegetarianer. Nätjättarnas största PR-prestation är att de lyckats profilera sin globala expansion och vinstjakt som en väckelserörelse. Att profeterna vill frälsa världen är alltså sant, men föreställningen att de gör det för att de drivs av höga demokratiska ideal bör betviv-

las. Och vad händer om marknadens aktörer och staterna – givetvis med de ädlaste av motiv – förenar sina dataflöden? De kan då studera vårt beteende, läsa våra tankar, förse oss med produkter, dränera våra plånböcker samt ingripa innan vi gör felaktiga handlingar. Och då erbjuds vi inte att klicka ”godkänn” först.





The background of the cover is a complex, abstract geometric pattern. It consists of a grid of triangles that point towards the center. The triangles are filled with three colors: black, white, and a medium gray. The pattern is symmetrical and creates a sense of depth and movement.

OANSVARIGA UTGIVARE

MYTEN OM DET FRIA ORDET

HELIENNE LINDVALL



Yttrandefriheten är en mänsklig rättighet, men med internet har denna rättighet också visat sig ligga på kollisionskurs med andra mänskliga rättigheter. Kanske har denna konflikt aldrig tydligare ställts på sin spets än genom organisationen Wikileaks och dess grundare Julian Assange. I synnerhet under hans samarbete med The Guardian, den tidning jag varit krönikör för sedan 2007, som inleddes 2010.

Redan från början, när Assange gick med på att The Guardian tillsammans med ett fåtal andra utländska dagstidningar skulle publicera ett stort antal hemliga amerikanska militär- och diplomatdokument, var det uppenbart att det skulle bli en komplicerad relation.

Den största klyftan mellan Wikileaks och de traditionella medieföretagen var hur de gick tillväga när det gällde redigering av materialet. Kort sagt, Wikileaks ville inte redigera alls – redigering gick emot deras principer. The Guardians redaktör för undersökande journalistik, David Leigh, beskrev situationen för Vanity Fairs Sarah Ellison: ”Vi utgick från ståndpunkten: ’Här är ett dokument. Hur mycket av det ska vi publicera?’ Men Julian Assanges ideologi var: ’Jag ska dumpa ut allt och sen får ni försöka övertyga mig att ta bort några få rader.’ Vi närmade oss materialet från två motsatta poler.”

Även Wikileaks volontärer var oense med Assange om beslu-

tet att inte ta bort namnen på de civila afghaner som förekom i dokumenten. Ingen kan vara säker på vilka konsekvenser detta agerande fick för de källor som namngavs på organisationens sajt, men helt klart finns risken att det kan ha kostat dem livet.

Dessutom verkade Assanges ideologi inte sträcka sig hela vägen ut, speciellt när det gällde honom själv. Enligt The Guardian ville han behålla kontrollen över dokumenten och hävdade till och med en slags äganderätt till dem. Han hotade med stämning för inkomstförlust när tidningen publicerade irakiska krigsjournalerna utan att Wikileaks givit dem klar-tecken. Tidningen försvarade sitt handlande genom att peka på att Assange redan läckt journalerna till en utomstående journalist, vilket gjorde parternas överenskommelse ogiltig.

När tidningen sedan kom över en kopia av den svenska polisrapporten där Assange anklagades för sexualbrott av två kvinnor, blev han riktigt förbannad. The Guardian höll på storryn i flera dagar för att ge honom chansen att svara på anklagelserna i rapporten innan den publicerades, men han instruerade i stället sin advokat att återigen hota med stämning.

Medan Assange satt i husarrest i England, i väntan på ett domslut om han skulle utlämnas till Sverige för att besvara polisens frågor angående anklagelserna, beslöt han sig för att samarbeta med en spökförfattare om en självbiografi.

Vid det här laget hade både hans kärlek till Sverige och The Guardian slocknat och manuset till boken var pepprat med attacker mot kvinnorna som anklagade honom, vilka han kallade neurotiska, och mot de mediaorganisationer han tidigare samarbetat med, vilka han nu anklagade för att ha bedragit honom, efter att de publicerat nyhetsartiklar om honom som inkluderade negativa kommentarer av hans före detta Wikileakskollegor.

När The Guardians vicedirektör, Ian Katz, frågade varför han inte bara åkte tillbaka till Sverige för att besvara anklagelserna om han nu var oskyldig, svarade han: ”Det svenska systemet är ’fucked’. Situationen i Sverige är som en dålig sci-fi-film. Glöm allt du känner till om vanlig, allmän lagordning – vi har att göra med en radikalfeministisk version av Saudi-arabien.”

Innan boken publicerades ändrade han sig och försökte stoppa utgivningen, fastän han redan tagit emot ett förskott från förläggaren.

Det är svårt att inte se en viss ironi i att grundaren av WikiLeaks motsätter sig all spridning av information om honom själv, och är så pigg på att hota med stämning så fort någon publicerar något om honom som han inte gillar. Med andra ord vill han gärna utnyttja lagar som beskyddar integriteten, en rättighet man skulle kunna beskylla honom själv för att inte ge andra.

Assanges agerande i strid med hans annars högt proklamerade ideal om yttrandefrihet till varje pris kan lätt tolkas som hur en uppblåst rabulist under stress vänder kappan efter vinden. Men i grunden handlar det om en större fråga som berör oss alla: att yttrandefriheten har ett pris. Och när yttrandefriheten tillämpas utan ansvar och begränsningar kan dess pris bli förfärande högt.

Assange är inte den ende som anser sin egen yttrandefrihet vara mer viktig än någon annan mänsklig rättighet. Många teknokrater bekämpar alla förslag om att på något sätt reglera nätet. Det har till och med hävdats att om man på något sätt begränsar friheten att göra och säga vad som helst på världsspelet så ”har man sönder nätet”. Samtidigt har en färsk

enkät i Storbritannien visat på att 64 procent av befolkningen vill att nätet ska regleras. Även länder som värnar om yttrandefrihet, vars konstitution skyddar den, har lagar för att förhindra att denna frihet inte används till att kränka eller på annat sätt skada andra människor. Problemet är förstås att nätet saknar landsgränser.

Och om det går att reglera, vem ska bestämma vad man får och inte får säga? Det som ansetts vara mest naturligt är att använda FN, och i slutet av december 2012 håller Internationella teleunionen (ITU), FN:s organ för att utveckla internationellt samarbete kring telekommunikation, ett toppmöte där frågan garanterat kommer att debatteras.

I ett domslut år 2011 fastställde EU-domstolen att en europeisk förläggare kan stämmas i vilket land som helst i EU för artiklar som publicerats på nätet. Detta efter att den franske skådespelaren Olivier Martinez stämde den brittiska tidningen Sunday Mirror i Frankrike för att deras artiklar om honom och hans före detta flickvän Kylie Minogue haft en negativ påverkan på hans rykte i hemlandet – eftersom artikeln ifråga publicerades på nätet och kunde ses i hans hemland.

Council of Europes chef för mänskliga rättigheter, Thomas Hammarberg, har föreslagit att FN ska starta en specialkommission som kan ”filtrera bort porr och uppvigling till krig och hat”. Men Unescos chef för yttrandefrihet och media anser detta vara ”politiskt och tekniskt opraktiskt”. Han tvivlar dessutom på att Unescos 195 medlemsstater skulle vilja att de agerar polis, eftersom grunden för dess existens är att främja yttrandefrihet. Men ska man verkligen överge alla försök till reglering och filtrering bara för att det ses som politiskt och tekniskt opraktiskt?

När Googles grundare Sergey Brin sa i en intervju att ”det skulle vara jättebra om vi kunde vifta med ett trollspö så att vi inte behövde följa USA:s lagar”, undrade många vilka lagar Brin hellre skulle föredra. ”Det vore jättebra om vi kunde verka i en magisk jurisdiktion som alla i hela världen litade på”, svarade han.

Hans kommentar säger en hel del om Googles attityd till konsumenter och den visar på en viss hybris. När vi har tillgång till mer information än någonsin har vi också tillgång till mer desinformation än någonsin, vilket gör att en sund skepticism och benägenhet att ifrågasätta det vi läser och ser på nätet är ännu mer nödvändig. Under det senaste årtiondet har antalet konspirationsteorier som sprids ökat exponentiellt, och det känns ofta som om vilken teori som helst kan transformeras till sanning. För att citera en pastor jag känner: ”Vi läser information som fan läser bibeln.”

Helt skyddslösa inför nätmobbing är vi dock inte som individer. De flesta länder har lagrum som hanterar förtal och förolämpningar.

I mars 2012 fick Fabrice Muamba, fotbollspelare i Bolton Wanderers, hjärtstillestånd mitt under en pågående match mot Tottenham Hotspurs. Ögonblicket efter loggade Liam Stacey, en universitetsstudent vid Swansea University, in på Twitter och skrev: ”LOL, Fuck Muamba. He’s dead. #Haha”. När andra twittrare kritiserade honom, vräkte han ur sig en rad rasistiska och homofobiska förolämpningar riktade både mot Muamba, som vid det här laget låg i koma, och de som attackerade honom. Han kallade sina kritiker för ”wogs” (ett rasistiskt uttryck mot folk med mörkare hud) och sa till en att gå ut och plocka bomull.

För många låter detta som en vanlig dag på internet, men för Liam som hade varit ute och druckit med sina studentvänner och inte reflekterade över att hans kommentarer kunde läsas av miljontals främlingar, fick agerandet stora konsekvenser. När han väl loggade av hade flera Twitteranvändare runt Storbritannien anmält honom till polisen, och nästa dag greps han. En dryg vecka senare dömdes han till 56 dagars fängelse för sina hatiska tweets, och hans universitet kastade ut honom för att han dragit skam över det.

Det var ett ovanligt och hårt tillslag för att stävja avarterna hos en nätkultur där skadorna på enskilda människor blivit alltför vanliga. Dock inte det enda.

Några veckor senare dömdes John Graham Kerlen till fängelse för att ha twittrat ett foto på en kommunpolitikers hus med texten: "Which cunt lives in a house like this. Answers on a postcard to #bexleycouncil." Det följdes av en tweet till: "It's silly posting a picture of a house on Twitter without an address, that will come later. Please feel free to post actual shit."

Knappt en månad efter det grep brittisk polis ett antal medborgare anklagade för att ha namngett ett våldtäktsoffer på Twitter, efter att en fotbollsspelare blivit dömd för våldtäkten. Samtidigt hamnade en tv-kanal i blåsväder för att av misstag visat offrets namn i en nyhetsrapport om arresteringarna, när dom visade Twitterflödet i bakgrunden.

Enlig engelsk lag är det ett brott att identifiera sexualbrottsoffer i Storbritannien. Det är också brottsligt att "skicka via ett offentligt elektroniskt kommunikationsnätverk ett meddelande som är grovt stötande eller av oanständig, obscen eller hotfull karaktär – eller förorsaka att ett sådant meddelande skickas". (Communication's Act 2003 Section 127(1)(a)(b))

Twitter användes även för att kringgå Frankrikes vallagar, när twittrare använde hashtaggen #radiolondres för att läcka valresultatet med koder (till exempel betydde "le flan est au four" att socialisten François Hollande tagit sig igenom till andra valomgången) långt före det offentliga tillkännagivandet. Detta ledde till en polisundersökning som granskade tidningar baserade i Belgien, Schweiz och Nya Zeeland som publicerade valresultat före den angivna tiden. Den franske åklagaren Francois Molins sa att det kunde kosta de anklagade upp till 50 000 pund i böter.

Twitter och andra sociala medier har ställt vår yttrandefrihet på sin spets eftersom den tvingas vägas mot andras rättighet att inte bli kränkta eller hotade. Majoriteten av alla människor har fortfarande inte vant sig vid eller förstått att det som skrivs på nätet kan nå miljarder människor. Flertalet managers jag pratat med uppger att deras klienter – fotbollspelare och artister – fortfarande ser Twitter och Facebook som en kommunikation mellan vänner, och inte en offentlig arena där allt du säger kan spridas och analyseras i evighet. En manager förklarade det på detta sätt för sin klient: "Tänk dig att varje tweet du skriver är samma sak som att du talar med en Expressenjournalist."

För drygt tio år sedan skedde så gott som all kommunikation mellan människor i väldigt liten skala. Om du fick dålig service på en restaurang berättade du det kanske för dina vänner och din familj. Nu skriver du det på din Facebooksida och Twitter till miljontals främlingar. Tidigare kunde bara tidningar, tv och radio ha sådan räckvidd – mediaföretag som hade en juridisk avdelning som såg till att lagar och pressetik följdes. Men på nätet är vi alla ansvariga utgivare, oavsett kunskap om vad vi får och inte får säga.

Mobbning har alltid existerat men när den förstärks på nätet kan den snabbt få katastrofala konsekvenser. När den amerikanska studenten Dharun Ravi filmade sin ovetande homosexuella rumskamrat, Tyler Clementi, när han hade sex så bröt han mot lagen genom att kränka hans integritet. Men hade han inte lagt upp videon på nätet är det tveksamt om det hade lett till fängelsestraff.

Den unge Clementi, som inte varit öppen om sin sexualitet, hade "kommit ut" för vänner och familj på det mest obehagliga, traumatiska vis, och han fick sådan ångest att han tog livet av sig genom att slänga sig från George Washingtonbron i New York. När Ravi drogs inför rätta hävdade hans försvarsadvokat att han inte begått ett hatbrott, eller handlat illvilligt, utan bara var omogen – hans meddelanden på Twitter var bara "barnsligt skämtande". Juryn höll inte med och han dömdes för personligt intrång, fördomsfull hotelse, samt för att ha uppmuntrat andra att spionera på och hota Clementi på grund av att han var homosexuell.

En annan man som fick betala ett högt pris för sin "barnslighet" var Paul Chambers. En vecka innan han skulle åka till Irland på sin första dejt med en tjej han träffat på nätet, såg han på nyheterna att dåligt väder gjort att den närmaste flygplatsen tillfälligt stängts. Hade detta scenario inträffat för fem år sedan hade han kanske ringt en kompis och gnällt. När han sett nyheterna kanske han hade svurit mot tv:n, och skrikat: "Robin Hoodflygplatsen [i Doncaster] är stängd. Du har en dryg vecka att "get your shit together", annars spränger jag flygplatsen i luften."

Istället ventilerade han sin ilska på Twitter, med exakt dessa ord. Detta lästes av en av flygplatsens tjänstemän som, enligt

gällande säkerhetsregler, rapporterade det till polisen, vilka i sin tur grep Chambers på jobbet. Han dömdes för att ha skickat "ett meddelande av hotande karaktär", förlorade jobbet och är nu arbetslös.

Den brittiska polisen anser att det inte behövs några nya lagar för att ta itu med cybermobbing, och föredrar i allmänhet att spela en passiv roll när det gäller Twitter och litar till stor del på att de användare som bryter mot lagen anmäls av andra användare. Liam Stacey dömdes enligt Public Order Act från 1986, vilken kan användas vare sig kommentarerna är gjorda på nätet eller ute på gatan, och en annan lag som ofta används mot nätmobbare är Malicious Communications Act från 1988.

Men det tycks alltmer uppenbart att skyddet för människors integritet i offentligheten inte längre kan upprätthållas på ett rimligt sätt med de lagar eller de publicistiska normer som växte fram och inrättades under epoken före internet. Insikten om att problemet existerar har, om än yrvaket, även börjat hanterats inom de sociala medierna själva.

På till exempel nättjänsten Twitter har man inrättat kontot @homophobes som patrullerar mediet och retweetar exempel på homofobiska smädelser till över 8 000 följare som sedan kan skicka hundratals meddelanden till twittraren för att utmana kommentaren. Den som har hand om kontot har sagt att runt 20 procent av homofoberna tar bort sin kommentar när de insett att den inte bara ses av deras vänner. Ett annat liknande konto, @alittleracist, har skrivit en applikation som söker nyckelorden i frasen: "I'm not a racist but ..." och re-tweetar de tweets som ägaren till kontot tycker borde utmanas.

Twitters chefsjurist har beskrivit tjänsten som "yttrande-

frihetspartiets yttrandefrihetsavdelning”. Twitter har tekniska möjligheter att undanhålla material i specifika länder om de står inför en legitim rättslig begäran. De skulle till exempel kunna undanhålla material i Frankrike och Tyskland där pro-nazistiskt material är olagligt, men dessa instrument har än så länge inte använts.

På det hela taget är dessa ambitioner otillräckliga och trubbiga verktyg när skvallermobbar löper amok på nätet.

SOCIALA MEDIER – SLUTET PÅ ALLA HEMLIGHETER

När Ryan Giggs, fotbollspelare i Manchester United, fick reda på att en engelsk tidning tänkte skriva om en påstådd affär han haft med sin svägerska instruerade han sina advokater att gå till domstol för att få en så kallad ”super-injunction”.

En ”injunction” är en förhållningsorder om sekretess, som förbjuder media att rapportera om en händelse och/eller namnge vissa personer involverade i en händelse. I de flesta fall används dessa förhållningsorder för att skydda barn. En ”super-injunction” är en relativt ny företeelse och förbjuder inte bara rapportering – den förbjuder även media att ens nämna att förhållningsordern existerar.

Den första super-injunction som utfärdades i Storbritannien som hamnade i nyheterna förbjöd The Guardian och BBC att rapportera innehållet i oljefirman Trafiguras interna rapport angående deras påstådda dumpning av giftigt avfall i Afrika.

I både Giggs- och Trafigurafallen spelade Twitter och Storbritanniens parlamentariska privilegier en avgörande roll i avslöjandet av historierna. Medan media följde förhållningsorderna så fortsatte folk att prata fritt på Twitter, vilket ledde

till att två riksdagsledamöter till slut tog upp ämnena i parlamentets offentliga debatt, under skydd av brittiskt parlamentarisk immunitet.

Justitiekansler Dominic Grieve har sagt att Twitteranvändare i England och Wales inte är befriade från kravet att följa förhållningsorder om sekretess. Men i praktiken är det mycket svårt att få folk att följa det. Ett annat problem är att Twitter är ett USA-baserat företag och därför inte lyder under brittiska lagar.

Medan majoriteten av etablerade medier har advokater som blir kontaktade så fort en förhållningsorder om sekretess har utfärdats, är det helt omöjligt för allmänheten att kunna hålla reda på vad som är lagligt och inte, och vad man kan skriva om på Twitter (speciellt om det är fråga om en super-injunction, då media förbjuds att nämna att den ens existerar).

Ett problem med förhållningsorder om sekretess är att förbudet skickas ut till alla medier – ironiskt nog måste man alltså informera även de som inte har en aning om historien om att de inte får berätta den.

Det ligger också en viss ironi i att om Giggs inte försökt tysta Twitter och i stället kallat det för grundlöst skvaller så hade allmänhetens intresse säkerligen strax svalnat, och tweets om honom hade ersatts av skvaller om andra kändisar. Hade han inte krävt en förhållningsorder, hade hans påstådda otrohet antagligen rapporterats lokalt i några dagar och sedan glömts bort. Så ser allmänhetens koncentrationsförmåga ut i dagens läge.

En chef på Twitter har sagt att företaget meddelar användare innan de överlämnar personlig information till utländska myndigheter för påstådda brott mot förhållningsorder.

”Internetföretag ska inte vara skyldiga att försvara användare, men ska skydda användarens rätt att försvara sig själv”, har företagets europachef Tony Wang sagt. På Twitters hemsida står det att eftersom tjänsten är baserad i Kalifornien så ger den endast ut information om användare enligt amerikansk lag, vilket betyder att det behövs en amerikansk ”search warrant”.

De sociala medierna är alltså ett svårreglerat pastorat. Inte minst för att den traditionella lagstiftningen ofta också resulterar i påföljder med orimliga proportioner. För många förtryckta människor har sociala medier också varit en ovärderlig livlina. Den användarstyrda videosajten YouTube har till exempel fungerat som ett instrument för att påvisa orättvisor och, i vissa fall, brott mot de mänskliga rättigheterna. Men som med många av de stora webbuppfindingarna så har videotjänsten också använts för raka motsatsen. 2011 blev en 18-åring Englands första privatperson som förbjudits att producera musik eller videos som främjar våld. Efter att ha postat en serie videos på YouTube, i vilka han rappade om att han ville sticka en kniv i medlemmar av ett rivaliserande gäng, utfärdade kommunen där han bodde en förhållningsorder mot honom, medan kritiker anklagade kommunen för en censur värre än en ”syrisk diktator”. Har nätet också minskat förmågan att sätta saker och ting i perspektiv?

I de sociala mediernas kamp för global yttrandefrihet har möjligheten att agera anonymt varit ett viktigt inslag.

En politisk kämpe i Saudiarabien som kallar sig ”Mujtahidd” använder sitt Twitterkonto för att prata fritt ifrån ett land där hans uppriktighet skulle kunna skicka honom i fängelse – eller värre. Han ställer direkta obekväma frågor till de styrande och avslöjar sanningar de tidigare lyckats hålla hemliga. För

Mujtahidd är anonymiteten ett livsviktigt vapen. Han berättade för The Guardian att det inte bara var av säkerhetsskäl utan också för att folk i hans hemland var mindre fördomsfulla och mer öppna för att tro på information som kommer från en anonym källa.

Men ansvaret som anonymiteten fråntar informatören är på gott och ont. Det kan lika gärna vara ett vapen för propaganda. Den pressetik som etablerade mediaföretag följer behöver inte följas, och det är så gott som omöjligt för läsaren att veta om författaren har en hemlig agenda eller har dubbelkollat fakta. Traditionella mediaföretag har juridiska avdelningar som inte bara ser till att man inte bryter mot lagen utan också att informationen är uppbackad med fakta, även om den kommer från en anonym källa.

Hackergruppen Anonymous organiserar attacker riktade mot företag, organisationer, myndigheter – och ibland även privatpersoner – med vilka de inte samtycker. En del anser att gruppen är yttrandefrihetskämpar som behöver anonymiteten för att inte bli anhållna för sina aktioner, andra anser att det är en viss ironi i att tysta folk i yttrandefrihetens namn och att anonymiteten gör att de inte känner någon skuld när de prickar fel.

Anonymous är en mycket löst organiserad grupp, så det är svårt att vara helt säker på om de som säger sig representera dem verkligen gör det. En hackergrupp som uppgav sig vara Anonymous bombhotade Upphovsrättens informations- och övervakningscentral i Helsingfors efter att stadens tingsrätt krävt att teleleverantören Elisa skulle se till att dess kunder inte kunde komma åt The Pirate Bay. De twittrade dessutom telefonnumret till Tommi Kyyrä, vice VD för skivbolagens

branchorganisation IFPI, och instruerade sina Twitterföljare att ”smälta hans mobil”. Avslutningsvis kom en tweet där det gick att läsa: ”IFPI, We ain’t kiddin. We’ve the means & all the time of the world to wipe You out. U’ll bankrupt to fix the mess We’ll cause You. #elisagate”

En grupp som identifierade sig som Anonymous hackade även Kroatiens president Ivo Josipovics sajt, efter att han försvarat upphovsrättsskyddet. Den gjorde också så att ZAMP:s, Kroatiens motsvarighet till svenska STIM, och Kroatiska Musikinstitutets webbsidor kraschade.

Är det här verkligen gärningar av hjältar och frihetskämpar? Ska styrkan i deras anonymitet prisas för att de vågar säga och göra sånt som de aldrig skulle våga om de kunde bli identifierade? För de som har varit deras måltavlor är de en anonym mobb som skrämmer och terroriserar alla som inte tycker som dem. För att vara frihetskämpar är de besynnerligt tysta när det gäller människoförtryck som inte har att göra med att kunna få upphovskyddat material gratis. Var är deras kampanjer mot de som fängslar folk i länder som Kina för att de uttalat sig kritiskt mot staten?

Det är inget tvivel om att internetmedierna utgör ett tveeggat vapen i den globala demokratikampen.

Även iranska revolutionärer har upptäckt att de instrument de nu kan använda för att sprida sina åsikter och videos, som visar deras verklighet för omvärlden, också kan användas som vapen mot dem själva av säkerhetspolisen, för att övervaka dem och hålla koll på vilka de har kontakt med. Och även i demokratiska nationer ger nätet företagschefer på alla nivåer möjligheter att få reda på mer personliga detaljer om sina anställda än någonsin tidigare.

Jämfört med de traditionella, mer lättövakade mediernas företrädare, har de nya mediernas talespersoner i offentligheten framstått som okuvliga och principfasta frihetskämpar. Men de principer som råder i de nya medierna tycks dels vara påfallande godtyckliga – som exemplet med Assange och Wikileaks visar – dels har aktörerna ofta en besvärande hemlighetsfull inställning till sina principbeslut.

De etablerade medierna ser inte bara till att lagar följs, de följer också en pressetik som inte är lagstadgad, men som försöker hålla en civiliserad nivå på utbudet.

Dessutom följer de en tradition av att väga publiceringsbesluten mot de möjliga skadeverkningarna för enskilda, både de som exponeras i medierna och de som levererat avgörande information till dem.

Mina egna konversationer med The Guardians jurister handlar ofta om att skydda källor. De vill att vi ska vara säkra på att källan inte kan spåras genom den information vi publicerar (till exempel på grund av att bara en person känner till den). En av de mest kontroversiella punkterna när det gäller Wikileaks har varit Julian Assanges övertygelse att all information som fanns i de sekretessbelagda amerikanska ambassaddokumenterna skulle läckas – en övertygelse som satte honom på kollisionskurs med de tidningar han valt ut för att läcka dem. Många har även kritiserat Assange och Wikileaks för att de inte gjort tillräckligt för att skydda och hjälpa Bradley Manning, mannen som nu sitter anklagad för att ha läckt telegrammen.

Publiceringen av Wikileaks diplomattelegram i The Guardian, New York Times, Der Spiegel, Le Monde och El País påvisar styrkan av ett samarbete mellan ”nya medier”, som

Wikileaks och de så kallade "gammelmedierna" (ett uttryck som är något missvisande med tanke på att två tredjedelar av Guardians webbsajtläsare kommer från andra länder än Storbritannien, och att sajten har vunnit många Webbypriser genom åren). Förutom att The Guardian har miljontals läsare runt hela världen så tillförde de också ett mycket erfaret team av jurister och undersökande journalister som gick igenom de 250 000 telegrammen (runt 300 miljoner ord) i många veckor, för att göra dem begripliga för allmänheten. Men kanske det viktigast av allt var att tidningen redigerade materialet så att inte några källors liv skulle sättas på spel eller att pågående "special operations" skulle äventyras.

Men samtidigt som nätet gjort det möjligt att avslöja sådana myndighetshemligheter, så har det också gjort att sådant som minutiös förberedelse, faktakontroller och källskydd är i fara.

För pressens finansiering är i kris – och därmed på reträtt från sina hävdvunna publicistiska ambitioner.

I Storbritannien har tre av de största dagstidningarna – The Guardian, The Times och The Independent – de senaste åren gjort en förlust på sammanlagt 100 miljoner pund om året. The Guardian och The Observer (söndagstidningen som de publicerar) förlorade nära 38 miljoner pund år 2009, och en liknande summa året innan.

Annonsintäkterna har minskat katastrofalt i takt med att läsarna flyttat till nätet, och det är uppenbart att nätannonser inte har kunnat kompensera för nedgången i intäkter från pappersutgåvan. Enligt vd:n för Financial Times webbupp-laga, FT.com, förväntas Facebook och Google dra in över tre miljarder dollar vardera år 2012 i annonsintäkter, och det finns en oro bland redaktörer att en hel del av dessa intäkter är på

bekostnad av nyhetsförlag. Vad händer med pressetiken om den etablerade pressen går under?

Jag har noterat att fler och fler journalister i princip skriver om pressmeddelanden till artiklar, utan att ha tid att kolla fakta, vilket förstås gör dem vidöppna för manipulation. Även om informationen i artikeln senare korrigeras så har många redan läst den och missar korrigeringen – och det falska fröet har således redan såtts i läsarnas hjärna. Att sprida en osanning för att sedan dra tillbaka uttalandet är ett beprövat sätt att göra den till en sanning i allmänhetens ögon. Ett exempel är när amerikanska republikaner anklagade Barack Obama för att inte vara född i USA. Trots att han till slut publicerade sitt födelsebevis från Hawaii så hade fröet såtts, och många amerikaner tror fortfarande att han är född utomlands och är muslim – trots att fakta bevisat motsatsen.

Frågan är om journalister kan upprätthålla acceptabel kvalitetstandard med den ökade tidspress som råder i branschen.

Kampanjen mot USA:s Stop Online Piracy Act (SOPA) och Protect Intellectual Property Act (PIPA) var ett praktexempel på skillnaden mellan vad vissa kallar ”gammelmedier” och ”nya medier”. Även om tv-företagen aktivt stödde dessa lagförslag tog de inte tillfället i akt att använda sina egna nyhetskanaler för att propagera för sin åsikt. Det är för att majoriteten av ”gammelmedia” skiljer på neutrala nyheter och åsikter. Wikipedia och Google däremot presenterade sina åsikter som fakta. Wikipedia och ett flertal andra sajter organiserade en ”blackout” som pågick under en dag, då de stängde sina sidor och alla som försökte komma åt dem bara såg en svart sida med kampanjmeddelanden.

Detta agerande fördömdes av U2:s manager, Paul McGuin-

ness. ”Undervärdera aldrig ett monopols förmåga att försvara sig”, sa han på musikbranschkonferensen Midem. ”Det faktum att Google kunde förvandla hela sitt nätverk till ett lobbyingverktyg, en namnlista, betyder inte att varje person som kryssade i rutan förstod vad det handlade om /.../ Det var ingen debatt, det var en demonstration.”

Att ett multinationellt företag med miljardomsättning som Google, vars grundare önskar att de inte behöver följa lagar, har ett järngrepp om vilken information som presenteras för nätanvändare, och att det använder denna makt till att utöva politisk påtryckning, är mycket bekymrande. Tyvärr är det en taktik vi nog kommer att få se mer och mer av.

Internetföretagen har med sin tillväxt kommit att äga och utöva alltmer makt över publicistiken, en makt som de ofta inte vill erkänna eller ta offentligt ansvar för.

STÅR GOOGLE UPP FÖR YTTRANDEFRIHETEN?

I en exklusiv intervju med The Guardian i april 2012 pratade en av Googles grundare, Sergey Brin, om hur webbfriheten stod under större hot än någonsin. Och vilka hotade denna frihet, enligt Brin? Nästan alla utom Google: myndigheter, nöjesbranchen och ”walled gardens” som Facebook och Apple. ”Mycket kan förloras”, sa han. ”All information i appar till exempel – den datan är inte genomsökbar.”

Google vill inte böja sig för nöjesbranchens begäran att prioritera länkar till lagliga sajter i sin sökmotor, eller blockera illegala sajter från sökmotorn, eftersom de anser att det är censur. Den stora majoriteten Googleanvändare håller sig på första sidan av sökresultaten, så ligger man på tredje eller fjärde sidan är det väldigt liten chans att man upptäcks, vilket på sätt

och vis kan ses som en form av censur.

Vad Brin inte nämnde i sin intervju är att Google redan censurerar sina sökresultat. År 2011 fick de 11 miljoner sajter att försvinna när de blockerade sökresultaten eftersom de ansågs vara "spammiga". Många var det, men var de alla? Det kommer vi aldrig få veta eftersom Google gjorde sig till domare, jury och bödel. Och processen hade heller ingen genomsynlighet – transparency – ett ord de själva annars gillar att slänga runt titt som tätt.

2011 var också året då Google började använda en serie uppdateringar kallade Panda som tryckte så kallade "content farms" längre ner i sökrankningen för att i stället belöna vad de ansåg var "kvalitetsinnehåll", och slog dövörat till mot de sajter som klagade över att sjunka i rankning fast de hade så kallat kvalitetsinnehåll. Google har även anställda "rankare" som säger till om dom tycker att företagets algoritmer ska ändras.

Det har ofta sagts att när en nätservice är gratis så är du inte kunden – du är produkten, närmare bestämt en värdefull datakälla mogen för kommersiell exploatering. Google och Facebook ligger i spetsen för denna exploatering.

Google och andra nätföretags sätt att sovra, välja ut, välja bort och blockera är alltså nyckfull – ibland tycks ingreppen likna censur eller klåfingrighet, ibland tycks de vara föredömliga uttryck för hänsyn och ansvar. Problemet kärna är bristen på transparens i hur normerna beslutas och tillämpas.

I de nya mediernas publicistiska funktioner syns alltså två stråk: Å ena sidan mobbning, anonyma angrepp och piratverksamhet underifrån. Å andra sidan, uppifrån, oviljan att ta ansvar för sin makt hos de nya mediernas företrädare.

I detta sammanhang framstår också upphovsrätten som

en fråga som kräver betydligt större omsorg på nätet. På 1800-talet skrev Victor Hugo att upphovsrätten är yttrandefrihetens motor. När de som nu drar nytta av upphovsrättskyddat material på nätet inte vill betala upphovsrättshavarna är det inte bara "gammelmedians" yttrandefrihetsmotor som brakar ihop. Redan 2007, innan Wikileaks släppte sitt första stora avslöjande – videon som visade en amerikansk militärhelikopter som sköt på en grupp män som inkluderade en Reutersreporter och på ett fordon som stannade för att rädda de skadade – så tvingades de stänga ner sin verksamhet på grund av bristande finanser, eftersom organisationen är beroende av donationer. I upphovsrättsbekämparnas utopi har de tidningar som inte har sponsring av multinationella företag eller staten gått under. Det är en verklighet som påminner om Sovjetunionen, men där Centrala exekutivkommittén är utbytt mot företag som Facebook och Google. Konstnärer och journalister har i alla år varit i frontlinjen för yttrandefrihet, och deras oberoende är oerhört viktigt. Det finns inget bättre sätt att stödja deras uttryck än att som privata medborgare betala för det de skapar så att de inte behöver gå med hatt i hand till företag och politiker.

Praktiskt sett är det nästan omöjligt att förhindra att olagligt material existerar på nätet, eftersom webben växer med cirka 150 000 sidor om dagen och används av en tredjedel av världens befolkning. Men kanske gör också denna gigantiska informationstsunami att det som skrivs inte har samma betydelse och genomslagskraft som tidigare – kanske inte alla tillämpningar av yttrandefriheten förtjänar likvärdigt skydd?

Hur det än är med den saken bör nätvärldens tongivande aktörer vara medvetna om att stora värden står på spel och att

de därför på allvar bör verka för en nätmiljö som kan leva upp till idén om en modern och värdig civilisation. Om yttrandefriheten ska förbli ett honnörsbegrepp måste det kopplas till ansvaret för publiceringarna. Det kräver nya, kraftfulla och transparenta system för etik, normer, skydd för upphovsrätt och människors integritet.





NÄTET, STATEN OCH KAPITALET

MYTEN OM DEN FARLIGA STATEN

PER STRÖMBÄCK



”Det går inte att stoppa tekniken” är ett av de vanligaste uttalandena om internet. Så uttalade sig till exempel flera av kandidaterna i EU-parlamentsvalet 2009 oavsett politisk färg och samma åsikt har förts fram i den våren 2012 aktuella debatten om telebolagens blockering av Skype och annan så kallad IP-telefoni i mobilnäten. För att inte nämna alla pirater som använt argumentet som alibi för fri fildelning. Tanken att reglering av internet hotar själva dess själ och att staten i sig är ett hot mot nätets frihet ligger nära, ofta med polisstat av kinesisk modell som skräckscenario. Så jämförde Googles styrelseordförande Eric Schmidt i ett tal i London våren 2011 blockering av piratsajter med Kinas internetpolitik och menade att det vore ett hot mot yttrandefriheten. Man kan förstås tycka att det är ironiskt med tanke på att just Google fått kritik för sitt samarbete med just Kinas regim, men det är en bra illustration av den filosofi som säger att reglering är ett sluttande plan.

Den gemensamma nämnaren för dessa uppfattningar är att utvecklingen styrs av yttre krafter, marknaden och tekniken, som människan inte riktigt förstår och inte bör försöka påverka. Varje initiativ att reglera internet, oavsett skäl, hotar att störa dessa goda krafter. Håller det för en närmare granskning?

I ett berömt citat sa Jan Stenbeck, det förra seklets *enfant*

terrible i det svenska näringslivet, att politik slår ekonomi men teknik slår politik. I nästa andetag började han sända TV3 från England via satellit och tog därmed det första steget mot privata etermedier i Sverige. Men satelliten han utnyttjade var inte bara modern ingenjörskonst utan också en vision om samhället: det var science fiction-författaren Arthur C Clarke som beskrev principen för kommunikationssatelliter 1945, två decennier innan de blev verklighet. Man kan säga att teknik slår politik, men kultur slår teknik. Listan på exempel kan göras lång: da Vincis helikopter, Jules Vernes ubåt, William Gibsons visioner för internet, Neal Stephenson beskrivning av onlinevärldar i *Snow Crash* (två decennier före *Second Life* och *World of Warcraft*). Tekniken bärs fram av idéer och inspireras av konstnärliga visioner. Det är en stark kontrast mot den teknikdeterminism som Jan Stenbeck uttryckte och som ofta präglar dagens diskussion om digitala medier, som den ofta framförda uppfattningen att bara den som "förstår" ny teknik har en åsikt som räknas. Googles Eric Schmidt igen: "Internet är det första som människan skapat som människan själv inte kan förstå." Den som starkast formulerat den här tanken är den amerikanske författaren och nätvisionären Kevin Kelly. Som grundare till tidskriften *Wired* är han en av de personer som haft starkast inflytande på filosofin kring teknikutvecklingen. I sin bok *What Technology Wants* beskriver han teknikutvecklingen som en ofrånkomlig, förutbestämmd process, det är teknikdeterminism som fundamentalism, teknik som högre makt. Här skymtar Silicon Valleys hippiearv fram, inte minst Apples Steve Jobs har förkroppsligat kombinationen av management och flower power. Tekniken är inte bara kapitalism utan också religion, komplett med skapelse-

myt (Kelly) och löfte om evigt liv: futuristen Ray Kurzweil är förgrundsfigur för en rörelse som utgår från att de allt tätare teknikrevolutionerna ska nå en punkt, ”singulariteten”, när innovationerna sker så snabbt att de blir oändliga. Då kommer människan också att få evigt liv, genom att hennes medvetande kan föras över till en dator som är lika avancerad som en mänsklig hjärna eller genom att injicera pyttesmå robotar, ”nanobots”, som lagar trasiga celler och DNA så att kroppen inte bryts ned av ålder. Detta kan också kallas transhumanism, att genom teknik bli något mer än människa. Kurzweil är ingen dåre, han har gjort en stor förmögenhet på att förutse aktierörelser på börsen och tagit emot priser av tre amerikanska presidenter. Nu lever han så hälsosamt som det är möjligt för att överleva tills singulariteten inträffar, kanske så tidigt som 2025 (Kurzweil är född 1948). Efter en intervju med Ray Kurzweil i Wired häromåret kommenterade en insändarskribent syrligt: ”Om Kurzweil tror att en tillräckligt snabb dator kan ta över hans hjärna, betyder det att han också tror att en stickningsmaskin som gör riktigt många vantar kommer att förvandlas till hans mormor?” Det är både symboliskt och ironiskt att en rörelse som i grunden hyllar förnuftet kommer att tro på fenomen som ligger väldigt nära kristen tro. Jan Stenbeck kunde ha lagt till att religion slår teknik.

Det finns ingen teknisk nödvändighet som säger att avancerade telekommunikationer måste fungera som dagens internet. Tvärtom finns många exempel på alternativa strukturer. Mest känt är kanske det franska systemet Minitel – en liten dataterminal som liksom telefonen fanns i alla franska hushåll under 80-talet och som kunde användas för saker som att beställa tågbiljetter eller ta reda på telefonnummer. Inte

så olikt vad vi ofta gör på webben idag. Systemet hade klara brister, det var begränsat till Frankrike, det var starkt centraliserat och svårt att uppgradera. Jämfört med dagens internet där ett stort antal aktörer (offentliga, privata, ideella, akademiska) utvecklar tjänster, infrastruktur och hårdvara, framstår Minitel som den återvändsgränd det var. Men det är också ett exempel på att dagens struktur inte nödvändigtvis är den slutgiltiga. Mobilnätet i Japan visar också på en annan sorts infrastruktur. De japanska mobiltelefonerna var länge överlägsna de i väst. Man hade 3G-lurar långt före oss. Den höga befolkningstätheten kräver att masterna står tätt och då behövs inte lika starka sändare i telefonerna. Kapaciteten kan istället användas till större skärmar och fler funktioner, vilket passar bra med tanke på att japanska skrivtecken skiljer sig från de alfanumeriska tecken vi är vana vid. De japanska telebolagen (tre aktörer dominerar, varav två med offentliga rötter) har själva utvecklat stora delar av de tjänster som de japanska användarna har tillgång till och eventuella tredjepartsprodukter är strikt kontrollerade. Det är ett mönster som går igen i till exempel japanska Sonys onlinespeltjänst Playstation Network och det liknar hur App Store revolutionerat mobil-tjänstmarknaden i väst med sina appar, som är ett ganska strikt styrt system med central kontroll och fasta utvecklingsverktyg, betalningsmodeller med mera – i kontrast till exempelvis webben. Den tekniskt öppna struktur som präglar dagens internet är således ingen självklarhet.

Ett annat historiskt experiment med en alternativ ordning var Xanadu, som liksom webben byggde på hypertextlänkar. Det grundades redan 1960 men släpptes först 1998 efter många år av problem och var då redan utkonkurrerat av www. Det in-

tressanta med Xanadu var att det hade ett ambitiöst regelsystem med 17 grundteser som bland annat omfattade skydd mot skadlig kod, ansvarigutgivarskap och prislappar på innehåll. Många av de problem som webben lider av med anonymitetens baksidor, virus och svårigheten att ta betalt för material förutsågs alltså i Xanaduprojektet. Det stupade på att det var alldeles för komplext, i kontrast till www:s effektiva enkelhet, men det visar också att de problem som vi brottas med idag var kända långt innan webben blev till. Den amerikanske datorforskaren och ingenjören Vannevar Bush beskrev 1945 det första hypertextsystemet kallat Memex, som kom att ligga till grund för webben men som även omfattade subjektiva länkspar, det vill säga möjligheten att följa vad andra läst (jämför med dagens automatiska rekommendationer i till exempel webbokhandeln: ”andra som köpte denna bok köpte också ...”).

Tvärtemot vad teknikdeterminismen antyder, finns det inget som säger att de principer som idag styr internet är eviga. Teknikutveckling, lagar och investeringsbeslut kan leda till att nya principer ersätter dagens och det är fullt rimligt att morgondagens telekommunikationer skiljer sig kraftigt från dagens. Och offentliga beslut och investeringar driver utvecklingen i minst lika hög grad som marknaden.

Internet började som ett forskningsprojekt hos det amerikanska försvarsdepartementet på 60-talet. Fram till dess hade telekommunikationer byggts på principen att koppla ihop telefonledningar med en användare i varje ände, men med Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) prövades för första gången ett annat system: att dela upp innehållet i datapaket, vart och ett med en adress men utan krav på särskild färdväg. Telefonnätets knutpunkter kunde vara osäkra,

reläer kunde sluta fungera oväntat. Genom att dela upp informationen i paket på det här viset var man inte beroende av vissa knutpunkter, utan paketen kunde hitta olika vägar till sitt mål. Den här principen är själva fundamentet i det som idag är internet. Det finns ingen central styrning, all intelligens finns i nätets utkanter. En tanke som på många sätt är präglad av det kalla krigets mentalitet, tänk till exempel på hur kärnvapenbestyckade ubåtar gav förmågan att slå tillbaka oberoende av om hemlandet uttraderats i en atomattack. Men det var inte för att klara kärnvapenkrig som Arpanet konstruerades så här. Datorerna och telenätet var helt enkelt opålitliga och genom datapaketelementen blev driftsäkerheten bättre.

De första åren användes Arpanet främst för att koppla ihop datorer på amerikanska universitet, men 1975 hade en satellitlänk upprättats till Norge och det amerikanska försvaret tog över driften av nätet. Arpanet utvidgades genom att kopplas ihop med nätverk utvecklade av den amerikanska forskningsmyndigheten National Science Foundation. På 80-talet standardiserades nätet med det så kallade TCP/IP-protokollet som fortfarande ligger till grund för datatrafiken på internet. Internethistorien är full av svårtydda förkortningar, TCP/IP står för *Transmission Control Protocol* och *Internet Protocol* och utvecklades för att göra det möjligt för universitetens olika datorer och lokala nät att kommunicera trots skillnader i teknik, ålder och design. Därigenom bekräftades och förstärktes principen att allt kvalificerat sker i nätets utkanter, själva internet har ingen central instans utan istället minsta möjliga gemensamma nämnare. Arbetet med TCP/IP-standarden skedde till största delen på DARPA – den avdelning inom Försvarsdepartementet som tagit initiativet till Arpanet.

Först i slutet av 80-talet kom de första kommersiella internetleverantörerna. Internet utvecklades alltså inte av marknadskrafterna, under de första 25 åren var det myndigheter och universitet som drev nätet. Så sent som 1995 avreglerades nätet helt för kommersiell trafik, efter ett lagförslag som brukar tillskrivas vicepresidenten Al Gore. Gore hade som senator spelat en viktig roll med en motion kallad Information Superhighway 1991, som med offentliga investeringar i forskning, bland annat webbläsaren Mosaic, lade grunden för nätets kommersiella uppsving under 90-talet. Även här går mönstret med offentliga medel igen, även i det USA som ofta beskrivs som strängt marknadsliberalt. Al Gores roll för internet blev med tiden lite av ett skämt i USA, efter en tv-intervju där han sa att han tagit initiativet till internet – vilket av många tolkats som att Gore tror att han uppfann nätet. Det stämmer förstås inte, däremot är Gores politiska gärning på området central.

En grundbult i Gores vision för internet är safe harbor-principen som innebär att telebolagen inte behöver ta ansvar för innehållet i den trafik som passerar i deras ledningar, utan enbart har till uppgift att förmedla data. Detta var avvägningen i Digital Millennium Copyright Act (1998), som gav innehållsproducenterna vissa möjligheter att beivra olovlig spridning i utbyte mot ansvarsfrihet för internetoperatörerna. Regeringen Clinton, med Gore som vicepresident, beslutade också om den så kallade Internet Tax Freedom Act som antogs i USA samma år och som förbjuder skatt på internetuppkopplingar och liknande, som till exempel skatt på data som förmedlas via telenätet, e-post, bandbredd med mera. Förutom offentliga investeringar och skyddslagar så har alltså internet även undantag från skattereglerna. Fram träder en bild av offentliga

engagemang på många nivåer, det vill säga det rakt motsatta mot uppfattningen att statens närvaro är ett hot mot internet.

Utvecklingen i Europa liknar den amerikanska, det viktigaste europeiska bidraget till det tidiga internet var world wide web. Förutom e-post är www kanske det vi starkast förknippar med internet (även om appar på senare tid börjat utmana om tätt positionen). Det är hyperlänkarna som är kärnan i webben, att klicka på en länk från en sida till en annan. På så vis organiseras stora mängder information, blir sökbar och användbar på ett sätt som liknar den mänskliga associationsförmågan. Webben skapades av en britt vid namn Tim Berners-Lee (numera Sir), som kopplade ihop Vannevar Bushs vision om hypertextlänkar med ett grafiskt gränssnitt och vips var webben född. Berners-Lee var verksam som forskare vid den stora partikelacceleratorn CERN på 80-talet. Vid den tiden var CERN den viktigaste europeiska knutpunkten för internet och därmed central inte bara för partikelfysiken utan även informationstekniken. Berners-Lee skapade en webbläsare och publicerade världens första webbsida i augusti 1991. CERN finansieras av EU:s medlemsländer (Sverige var 2009 tionde största finansiär med 20 miljoner euro) och även www är alltså skapat med offentliga medel. Den första bilden som publicerades på webben föreställde för övrigt CERN:s husband Les Terribles Cernettes, ingen dum illustration av innehållets betydelse för teknikutvecklingen!

Också i Sverige var det det allmänna som drev internets utveckling. SUNET heter den svenska föregångaren till internet och det tillkom i det tidiga 80-talet på initiativ av de statliga myndigheterna Forskningsrådsnämnden (numera Vetenskapsrådet) och Styrelsen för Teknisk Utveckling. SUNET är

förkortning för Swedish University computer NETwork och som namnet antyder band det ihop universitetens datacenter. 1985 var de 65 till antalet. Under större delen av åttiotalet handlade det främst om terminaler som kopplade upp sig mot universitetsdatorerna, det vill säga inte den dator-till-dator-kommunikation som präglar det vi idag känner som internet. 1988 fick SUNET via det nordiska universitetsnätet Nordunet en länk till Princetonuniversitetet i Kalifornien och därmed till internet.

Det var statliga Televerket som levererade tekniken och ledningarna till Sunet, och den första kommersiella internetleverantören i Sverige var Swipnet 1991. Fram till 1997 ansvarade Sunet för all trafik mellan de svenska delarna av internet och omvärlden. Först därefter tog kommersiella aktörer över. Utbyggnaden av bredband och mobiltelefoni på den svenska marknaden kan däremot sägas ha drivits av marknadskrafterna, inte minst Bredbandsbolagets erbjudanden till hushållen i slutet av 90-talet drev fram liknande satsningar av (då ännu helstatliga) Telia, liksom dagens kamp om mobilabonnenterna.

Även privata företag har vuxit fram genom offentliga investeringar. Ericsson är idag kronjuvelen på Stockholmsbörsen och Sveriges viktigaste bidrag till de globala telekommunikationerna. Ericssons kvartalsrapporter påverkar hela börsens värde och påverkar allas våra pensioner. Det finns inget industribolag i Sverige som har större betydelse för den svenska ekonomin och Ericsson har därmed en särställning, till exempel i kontakter med regeringen. Ericsson exporterar telefonväxlar, mobiltelefonanläggningar, internetutrustning och liknande för astronomiska summor. Omsättningen 2011

var 226 miljarder kronor, vilket motsvarar hela socialförsäkringssystemet i Sverige för att göra en jämförelse med statens budget. Företaget började med att konstruera telefoner i slutet på 1800-talet och viktiga kunder var städers och senare länders telefontät, inte minst svenska Televerket. Även om många länders telefonbolag privatiserats under de senaste decennierna så föregicks det av ett helt sekel när Ericssons kunder i första hand var offentliga aktörer. Det var statliga investeringar i Sverige och utomlands som lade grunden för Ericssons framgång.

Statens pengar är avgörande även idag för de kommersiella aktörerna. När Facebook öppnar sin datahall i Luleå är det inte bara det svala klimatet och tillgången på billig och driftsäker elektricitet som avgjort valet av plats. Offentlig finansiering i form av drygt 100 miljoner i statligt stöd gör det till en extra förmånlig affär. Det må vara ett privat företag som driver en serverhall i egen regi, men till och med i det fallet spelar offentliga pengar en central roll. Det offentligas roll för investeringar i internets infrastruktur är på intet sätt över och Luleå är givetvis inget isolerat exempel, tvärtom kan stora företag ofta ställa krav på lokala regeringar att ställa upp med subventioner vid större etableringar.

Även om internetabonnemangen i Sverige idag säljs av privata aktörer, är själva ledningarna i hög grad i offentlig ägo. Staten äger alltså 37,3 procent av aktierna i Telia Sonera, vars helägda dotterbolag Skanova äger kablarna. Det är dels det gamla kopparnätet, det vill säga vanliga telefonrådarna på till exempel telefonstolpar över hela landet, och dels den modernare tekniken med optiska fibrer. Kopparnätet ärvde Telia av Televerket, utbyggnaden var alltså en offentlig investe-

ring. Därutöver är statliga Trafikverket ICT, Svenska kraftnät och Teracom bland de största aktörerna i den landsomfattande fiberinfrastrukturen och tillsammans med Skanova betyder det att staten är den dominerande aktören. Men det allmännas roll i dagens svenska internet slutar inte där, 85 procent av de så kallade stadsnäten ägs av kommunala bolag. Stadsnäten är de lokala bredbandsnäten, de hyr ut kapacitet till exempelvis telebolag och erbjuder anslutning till abonnenter. Genom stadsnäten är stora delar av den lokala infrastruktur som gör internet tillgänglig för hushåll och företag ett offentligt åtagande. De mobila näten är visserligen utbyggda av privata aktörer och det allmänna har haft inkomster genom auktionerna av frekvensband för dessa. Men med den 4G-teknik som nu byggs ut blir även mobilnätet beroende av fiber. Äldre tekniker som 3G, GSM och NMT bygger på att signalerna skickas mellan masterna, men det snabbare 4G-systemet kräver fiber till basstationerna, åtminstone med dagens teknik. Därmed kommer även mobilnätet att vila på den offentliga infrastrukturen.

Staten spelade också en avgörande roll i att skapa efterfrågan på internetjänster. Genom den så kallade hem-pc-reformen 1998 kunde anställda skattefritt köpa en persondator via sina arbetsgivare och på så sätt kunde hushållen skaffa dyra datorer. Systemet avvecklades först 2007. Utan hemanvändare med datorer, ingen hushållsmarknad för bredband.

Internet uppfattas gärna som laglöst land och diskussionen handlar ofta om hur frågor som näthat, skimming, phishing och piratkopiering ska hanteras. Lika sant är att nätet står under extrem detaljreglering från svenska myndigheter. Enligt LEK – Lagen om Elektroniska Kommunikationer – är

den som är dominerande aktör i en teleledning (oftast Telia) skyldig att upplåta utrymme åt andra aktörer i sin ledning. Skälet är att konkurrens ska råda på teletjänster, så att abonnenterna ska kunna välja leverantör. Telebolagen får äga den allra sista biten av sin ledning, själva väggkontakten, men i hela resten av nätverket måste de släppa in konkurrenterna. Detta är den europeiska motsvarigheten till det som i USA kallas nätneutralitet, där lagen istället säger att man inte får diskriminera andra leverantörer. Aktiv reglering kontra passiv kan man säga, och väldigt talande för de skilda ideologier som präglar amerikansk och europeisk förvaltning. Begreppet nätneutralitet är förvirrande i en europeisk kontext, det har ingen tydlig juridisk betydelse. Den svenska ordningen må ha sina fördelar, men har ett inbyggt problem: vem avgör vad det ska kosta att utnyttja andras kablar? Den som köper in sig tycker förstås att priset ska vara lågt, den som äger kabeln att det ska vara högt. Det leder till tvister om så gott som alla avtal, och dessa avgörs av Post- och telestyrelsen (PTS) som ofta får kritik av telekombranschen för långa handläggningstider och dålig förutsägbarhet. Till och med den minsta beståndsdelen av telenätet i Sverige styrs alltså i detalj av en statlig myndighet.

Internet är globalt och för att det ska fungera krävs en aning samordning i frågor som tekniska standarder, domännamn och liknande. Det sker genom en organisation kallad ICANN – Internet Corporation for Assigned Names and Numbers – vars viktigaste uppgift är att sköta om internets ”telefonkatalog”, alltså domännamnssystemet som håller reda på vilken webbsida som ska komma att visas när du skriver in en adress i din webbläsare (den riktiga adressen, IP-numret, skrivs med siffror, Riksdagens hemsida är till exempel 193.11.1.138).

ICANN styrs enligt en princip som kallas ”multi-stakeholder model” vilket närmast kan översättas med multiintressentmodellen och innebär att ett stort antal intressenter, företag, stater, organisationer, enskilda användare och andra deltar i organisationens beslut. I takt med att internet kommit att omfatta allt större delar av samhället har gränsen mellan tekniska driftsfrågor och olika samhällsintressen blivit oskarp. Krav på att ta bort servrar med olagligt material som skadlig kod, cyberbrott, barnpornografi, cyberterrorism och annat blandas med vissa regimers önsknings att censurera olikänkande. Det har av vissa, däribland Sveriges nuvarande utrikesminister Carl Bildt, beskrivits som ett hot mot multintressentmodellen. Men risken är att modellen blir ännu ett exempel på hur tekniken (och därmed makten) blir en angelägenhet för teknokrater, och frågan om ICANN:s mandat och ansvar blir mer angelägen ju fler av samhällets funktioner som digitaliseras. Ironiskt nog riskerar ICANN-modellen att brista i mandat och transparens, motsatsen till den öppenhet och frihet som skulle värnas.

Man kan invända att den statliga inblandningen i form av ägande, reglering och investeringar bara rör själva infrastrukturen och inte innehållet. Men gränsen mellan form och innehåll är inte tydlig och därtill är även regleringen av innehållet omfattande. Polis och åklagare kan kräva uppgifter om abonnenter och trafik så länge misstanke om brott föreligger, Skatteverket kan kräva ut liknande uppgifter från telebolagen för att utreda om personer och företag som erbjuder produkter och tjänster via internet är skattskyldiga. Genom den omstridda FRA-lagen har staten möjlighet att undersöka elektroniska kommunikationsflöden över gränserna, telebo-

lagen driver i samarbete med polisen ett register över sajter med barnpornografiskt material som spärras för abonnenterna. I predlagen ska, åtminstone i teorin (i skrivande stund pågår fortfarande en prejudicerande rättsprocess), ge upphovsmän möjlighet att driva skadeståndsärenden mot olovlig spridning. Flera teleoperatörer har också frångått principen att inte diskriminera datatrafik efter innehåll, när de blockerar IP-telefoni som Skype i mobilnäten (givetvis ett hot mot telebolagens intäkter från mobilsamtal). Denna ordning välsignades av staten 2011 i form av en lag signerad IT-minister Anna-Karin Hatt, som dock kräver att telebolaget upplyser abonnenterna om vilken typ av trafik som blockeras. Även innehållet i trafiken är alltså föremål för detaljerad styrning.

En central fråga i kapitlet i den här antologin är den om ansvar. Vem har egentligen ansvaret för vad som sker på internet? Hur kan gemensamma normer och regler utarbetas och vem ska ansvara för att de följs? Det finns tre möjliga svar på den frågan: staten, företagen eller användarna. Och det är bokstavligen en fråga på liv och död. Ett av de mer populära onlinespelen i Kina heter *Legend of Mir*. I juni 2005 skedde ett brott i *Legend of Mir III* som fick oerhörda konsekvenser. Spelaren Zhu Caoyan hade fått låna ett mäktigt föremål, en så kallad draksabel, av en annan spelare, Qiu Chengwei. Draksabeln existerade alltså enbart som virtuellt föremål i spelvärlden. Men Caoyan sålde draksabeln i spelet, utan den rättmätige ägarens vetskap, och behöll de virtuella pengarna för sig själv. När Chengwei konfronterade Caoyan blev han ignorerad och vände sig istället till den kinesiska polisen, som inte oväntat vägrade utreda fallet. Chengwei tog då lagen i egna händer, sökte upp Caoyan i "meatspace" och knivmördade honom.

Hur hade detta kunnat undvikas? Om staten ska stå för rättsordningen i diverse onlinevärldar och andra digitala kanaler, då krävs ett integrerat transnationellt rättssystem, överstatlig polis och andra myndigheter. Det kan betyda att vi ger upp nationalstaten. Med tanke på hur den nuvarande eurokrisen håller på att förvandlas till en kris för hela det överstatliga systemet är det svårt att se att en sådan rättsordning kan uppstå inom någon överskådlig tid.

Är det då företagen som ska ta ansvar för gemensamma regler? Serverägarna har absolut makt, de kan ändra villkoren och den tekniska funktionen hos sina tjänster när de behagar. Företaget bakom *Legend of Mir* hade kunnat lösa tvisten om draksabeln, till exempel genom en aktiv kundtjänst. Men flera av skribenterna inom den här bokens pärmar beskriver hur företagen brister i transparens och ansvar. Är det lämpligt att överlåta rättssystemet på dem? Och vilka incitament finns för att företagen skulle ta på sig något sådant? Hur garanteras den enskildes rättigheter? Går det att överklaga beslut? Behöver ett helt nytt rättssystem etableras? Det verkar inte realistiskt att förvänta sig att de företag som driver nättjänsterna ska kunna eller vilja ta ansvar för något som liknar en rättsstat, även om de ibland tvingas ta steg i den riktningen som när de stänger av användare som missköter sig.

Det tredje alternativet är att användarna själva ansvarar för ordningen. Det finns många exempel på hur användarna känner ett slags ägarskap, inte minst för communitybaserade tjänster. När Facebook ändrar funktioner protesterar användarna, det har förekommit revolter på Twitter. Det är svårt att tänka sig liknande reaktioner för låt oss säga Icas kundkort. Nätföretagen äger inte sina tjänster, de är beroende av

användarnas sympati och godkännande – åtminstone i någon grad. Så finns också exempel på att användarna själva etablerar makt- och rättssystem i onlinespel, med eller utan företagets uppmuntran. I svenska *Project Entropia* kan spelare köpa andelar i en virtuell planet och få rösträtt kring företagets beslut om planeten. I *Sims Online* uppstod ett slags medborgargarde som skyddade snälla spelare från elaka som gick runt och förstörde de snällas fester. Det låter som en berättelse ur Bamse. I spelet *Eve Online* uppstår komplicerade militära hierarkier i samarbete spelare emellan.

Men är det rimligt att tro att användarnas organisationer kan ansvara för gemensamma regler, när de inte har kontroll över själva koden? Visst är exemplen från onlinespelen fascinerande, men hur blir det på mer banala tjänster som till exempel annons sajter? Sanningen är nog att det inte finns ett svar, utan en kombination av de här olika vägarna. Kanske olika för olika slags sajter och tjänster. Dessutom i ständig förändring. En sak är klar, påståendet att samma lagar ska gälla på internet som i samhället i övrigt är en chimär. Det vanliga rättssystemet har i flera fall inget inflytande över internet, ett tydligt exempel är att webbsajten The Pirate Bay som fortsätter att vara tillgänglig trots att domstolar vid flera tillfällen dömt ut den som olaglig. En bättre formulering må vara att andra lagar ska gälla på internet, men med samma syften som i resten av samhället. En vanlig invändning mot det synsättet är att samma beteenden som finns i andra sammanhang finns på nätet, mobbning, brott och hat fanns långt före internet. Men att tro att samma metoder som fungerat tidigare ska räcka nu är att underskatta nätet som samhällsomvälvning: obegränsad global massdistribution av innehåll kombinerat med upplevd anonymitet gör att både

de goda och dåliga sidorna av det mänskliga beteendet multipliceras så många gånger att det blir något helt nytt. Internet beskrivs ofta som en lika stor revolution som tryckpressen. Den senare gav upphov till ett helt system av nya lagar, rentav nya grundlagar. Internets självutnämnda vänner bland pirater och nätaktivister vill både ändra det fysiska samhällets regler, till exempel avseende yttrandefrihet, upphovsrätt och anonymitet, men samtidigt undvika all form av lagreglering av de digitala kanalerna. Det är att både överskatta och underskatta nätets samhällsomdanande kraft på samma gång. Att demokratiska regler ibland är satta ur spel på nätet, betyder inte att det inte finns andra regler. Det är bara det att de som skriver de lagarna inte kallas riksdag, utan Google, Facebook, Apple och Cisco. Lag blir kod och infrastruktur. Den som vill uttrycka sig eller driva affärsverksamhet via dessa tjänster är hänvisad till de villkor de ställer. Se till exempel det uppmärksammade fallet med en svensk entreprenör vars mash-ups (kombinationer av existerande information) med matställen och kartor plötsligt och utan förklaring försvann från Googles sökresultat. Det krävdes en omfattande mediekampanj för att de åter skulle tas med, än en gång utan närmare förklaring. För en entreprenör med den typen av verksamhet är en blockering på Google detsamma som att uteslutas från sin marknad. Ett annat exempel är den kontroversiella svenska bloggare som våren 2012 uteslöts från att använda Googles annonser på sin sajt och därmed förlorade sin viktigaste intäktskälla (döm själv om detta är förenligt med samma företags radikala hållning i andra frågor om information och yttranden). Mer Google: under rättegången mot The Pirate Bay våren 2009 hackades Dataspelsbranschens hemsida efter ett blogginlägg av under-

tecknad (som var kritiskt mot att Piratbyrån utestängde vissa journalister från en presskonferens). Hacket i sig var inte skadligt, men den kod som hackaren placerade på sidan var svartlistad av det så kallade Stop Badwareprojektet som drivs av Google i samarbete med bland annat ett antal universitet. Syftet är att minska spridning av skadlig kod, men i det här fallet användes alltså svartlistningen som ett slags vapen med effekten att många nätanvändare inte kunde komma åt Data-spelsbranschens hemsida. Efter trettiosex timmar lyftes svartlistningen, men frågor om vem som bestämmer vad som är skadligt, transparens och kontroll förblir obesvarade. Detta är inget som är unikt för Google, tänk också på hur Facebook kritiserats för att censurera bilder på ammande mammor och handikappade personer. Eller hur de stora betalningsföretagen blockerade överföringar till Wikileaks med hänvisning till gummiparagrafer i användarvillkoren. Den som vill kan invända att vi användare själva väljer att frivilligt använda dessa tjänster och klickar ”godkänn” på sidorna med avtalsvillkoren. Men egentligen är nätets öppenhet på några få aktörers villkor och den berömda friheten är i första hand en frihet för de som äger kablarna och servrarna, understödd av lagstiftning och offentliga investeringar.

Framtiden för ansvar och demokrati på internet kan vara en kombination av stater, företag och användare. Det låter ironiskt nog som en beskrivning av det ICANN som till varje pris vill undvika ansvar för allt utom det rent tekniska. Den som vill värna om ICANN-modellen bör lägga sig vinn om att samhällets legitima intressen garanteras med andra medel än förändringar i adresssystemet.

Internet är inte något monolitiskt, utan snarare ett ständ-

igt föränderligt lapptäcke av olika slags telekablar, trafikstandarder, knutpunkter och aktörer. Det är en konsekvens av användarnas krav, teknikens utveckling, privat konkurrens och investeringar, men inte minst av lagreglering och offentliga investeringar. Den oreflekterade bilden av att internet styrs av privata aktörer är helt enkelt inte sann. Det betyder också att medborgarna kan ställa krav på hur den gemensamma infrastrukturen ska disponeras. Om vi inte är nöjda med dagens ordning, så är den demokratiska vägen mot förändring vidöppen. Myten om den farliga staten – *busted!*

I det perspektivet är det ironiskt att samhällets regler och organ så gärna utmålas som hot mot internet, när internet som vi känner det i allra högsta grad är ett resultat av offentliga regler och investeringar. Regleringen är inte något hot mot internet, det är en förutsättning. Ett annat sätt att uttrycka det: internet är skapat av människor och vi styr.





ÖPPET SLUT
MYTEN OM ÖPPENHETEN
PELLE SNICKARS



Under sensvåren 2012 publicerade .SE-bloggen en serie poster under rubriken ”Ett öppet internet”. Tanken var att propagera för devisen att ett öppet internet behövs för en mindre sluten värld. ”Vi belyser ur olika vinklar varför vi tycker att ett internet fritt från blockering och filtrering är så viktigt”, kunde man läsa. .SE är en privat stiftelse med uppdrag att ansvara för internets svenska toppdomän. Stiftelsens överskott finansierar delar av nätutvecklingen i Sverige, och man bedriver också ett informativt upplysningsarbete i nätfrågor. .SE-bloggen är en vital kanal kring det mesta som sker inom nätområde; bloggserien behandlade såtillvida både nätreglering och nätneutralitet, behovet av ökade programmeringskunskaper och blockering av domännamn. Den var också bokstavligen länkad till konferensen Stockholm Internet Forum – med tema ”Internet Freedom for Global Development” – som .SE arrangerade tillsammans med Utrikesdepartementet och Sida. Med tämligen hög svansföring diskuterades även där behovet av frihet på nätet, allt med syftet ”att fördjupa diskussionen om hur frihet och öppenhet på internet kan främja ekonomisk och social utveckling i hela världen”.

Konferensen hade kunnat vara sponsrad av Google – men var inte det. Att utrikesminister Carl Bildt inledde var dock på många sätt följdriktigt. Med en touch av geek är han sedan

länge en lika varm teknikanhängare som frekvent bloggare. Bildt har kanhända inte varit den nätpolitiska pådrivare somliga önskat, men i jämförelse med andra beslutsfattare är han påtagligt intresserad av digitala frågor. Visserligen medgav han klädsamt att Sverige dessvärre ”inte uppfann internet”. Men, fortsatte han, ”vi kan stolt hävda att vi har gått i spetsen för användning av nätet och andra nya kommunikationsteknologier”. Inte utan viss belåtenhet påpekade Bildt att redan 1994 deklarerade ”en statlig utredning under ledning av statsministern – som då råkade vara jag – att Sverige skulle ligga i framkant när det gäller tillämpningen av nya digitala tekniker”.

Som liberal frihetskämpe à la moderat *classic* ligger frihet på nätet Bildt varmt om hjärtat – i synnerhet om det handlar om elaka diktaturer som hotar att släcka ned det öppna flödet av bits och bytes. Anonymiseringsverktyg, som när det gäller (fil)delandets kultur betraktas som otillbörliga, ges numera svenskt bistånd. Krypteringsprogrammet Tor som hjälper nätaktivister att kringgå övervakning utvecklas idag faktiskt med stöd från den svenska regeringen. Att motarbeta skumma regimer med svensk informationsteknologi som ”frihetsvapen runt om i världen”, vilket utrikesministern hävdade i andra sammanhang, är måhända lovvärt – även om det ibland sker med en metaforik som kanske avslöjar mer än den beskriver. Denna kamp om nätet är dessutom politiskt korrekt så det förslår. Frihet på nätet är ju en fråga som strängt tagen ingen demokratisk sinnad statsman kan förlora några politiska poäng på. Men att somliga företag drar nytta av samma retorik står bortom allt tvivel.

Ur ett mer filosofiskt perspektiv är begreppet frihet dock *alltid* relativt. Min frihet att exempelvis betala mindre i skatt går i

regel ut över någon annan; min frihet att gratis ladda ner *Mad Men* ger betalkanalerna AMC mindre intäkter *undsöriter*. Reglering av medborgerlig frihet har en lång tradition i moderna samhällen, och en lika kort som trevande historia i den digitala domänen. Om Sverige ska stödja och uppmuntra fri digital kommunikation i diktaturer ”måste vi också inse”, som bloggserien på .SE framhöll, att vi inte samtidigt ”kan stoppa själva överföringen av olagligt material, oavsett om det handlar om fildelning, bombrecept eller konspiration mot regeringen”. Wikipedia är en lika interaktiv informationskanal för världens skolbarn som för en norsk tokstolle. Och detta i kraft av att vara öppen för alla; yttrandefrihet innebär helt enkelt alltid ett visst mörkertal. Med andra ord krävs mod hos politiker att ”stå upp och säga att det är en mänsklig rättighet till ofiltrerad kommunikation”, även om det innebär att en hel del ”hemsakerheter måste få passera”, som .SE framhöll. Det här är en kommunikativ logik som Bildt knappast missat – och som han även debatterat. Den passar också Google lika väl som den motverkar traditionella mediebolags intressen. Staten har en roll i att ”skydda friheten på internet och för att stävja olagligheter”, har utrikesministern bland annat hävdats; det vill säga, statens frihet sammanfaller inte nödvändigtvis med dina önskemål.

Utan att förlora sig i en liberal diskussion kring frihetens gränser och (möjliga) digitala gränslöshet – samt de intressen som .SE och Bildt egentligen gör sig till tolk för – räcker det kanske att konstatera att en viktig frågeställning i den här diskussionen gäller hur mycket digital öppenhet som vi egentligen tål. I USA – ”Land of the Free” – har Wikileaks radikala öppenhet som bekant orsakat ramaskri, och det av högst förklarliga skäl. All information vill inte vara fri, och kanske bör

den inte heller vara det. Som Stewart Brand en gång påpekade vill information vara både fri – och dyr: ”That tension will not go away.” Här hemma drogs offentlighetsprincipen för några år sedan till sin spets när The Pirate Bay länkade till hela förundersökningen kring de då uppmärksammade barnamorden i Arboga; en utveckling som är lika logisk som önskad. Samtidigt är denna slags ”hackeretik” också intressant. Den har länge sysselsatt sig med att lyfta fram vidden av potentiella användningar av existerande teknik – som exempelvis radikal öppenhet – något som både företag och offentliga institutioner haft svårt att ta till sig. En parts frihet att öppna – eller reglera – flödet av information uppfattas inte med nödvändighet på samma sätt av en annan aktör. Åsikter går snarare alltid isär. En konsekvens är, som nätaktivisten Christopher Kullenberg framhållit, att det idag finns goda och dåliga nätaktivister. De som geografiskt befinner sig långt borta är i regel de ”nya demokratikämparna”, för tillfället lokaliserade i arabvärlden, medan de som är nära och hemma ofta ses som usla fildelare. Men eftersom internet i regel upphäver alla avstånd är det inte alltid så lätt att veta vem som definieras som god nätaktivist alternativt stämplas som IT-terrorist.

Möjligen bör det ”fria” nätet vara lite halvöppet – eller halvstängt – beroende på synsätt. Min ambition i den här artikeln är emellertid inte att diskutera denna närmast mytiska föreställning om frihet på nätet, om så i demokratisk eller nätpolitisk tappning. Vad som intresserar mig är istället den angränsande *nätdiskursen* kring öppenhet och slutenhet, det vill säga hur vi idag talar och skriver om behovet av ett öppet (eller reglerat) internet och vilka föreställningar och praktiker som är förknippade med det – och inte minst vem som tjänar

på dessa resonemang. Precis som diskussionen om frihet kan öppenhet förefalla lika självklar som god. Men vid närmare betraktande är den samtida öppenhetsdiskursen långt ifrån entydig. Ändå finns en utbredd föreställning om behovet av öppenhet på internet. Förespråkare för öppen källkod och öppen data tillhör bara de mest uppenbara exemplen. Dessa grupper antyder emellertid också den slags semantiska förvirring som de facto råder kring öppenhetsbegreppet. Dels inrymmer diskussionen om öppenhet en mer strikt teknologisk sida, det vill säga att kod är öppet tillgänglig för utvecklare och att denna kontinuerligt kan byggas vidare som just *öppen* källkod. Dels existerar det ett slags nätpolitisk öppenhet i meningen att vi bör värna både yttrandefrihet och transparens, liksom innovation och demokratisk utveckling. En del otydligheter i öppenhetsbegreppet kan förklaras av denna dubbelhet, men inte sällan glider uppfattningar också samman. ”Öppenheten på internet hotas av teleoperatörerna”, hävdar till exempel ett antal höga mediechefer i en DN-Debattartikel i juni 2012. ”Allt fler telekomoperatörer vill blockera tillgången till Skype och liknande tjänster på internet för att slippa konkurrens. Om vi inte agerar för att bevara öppenheten kommer internet att förlora i kraft som motor för innovation och informationsspridning.” Den tekniska kontrollen av trafiken i näten ses här som ”djupt oroande ur ett demokratiskt perspektiv”.

Precis som dessa mediechefer är nog de flesta av oss ändå positivt inställda till ett öppet nät – och ett öppet samhälle för den delen. Karl Popper skrev redan 1945 i sin klassiker *The Open Society and Its Enemies* att det öppna samhället utgjorde motsvarigheten till ett öppet system, utan slutmål eller förutbestämda lagar. Denna öppenhet genererade enligt honom

vitalitet och dynamik, och på många sätt har även internet följt en sådan utveckling – från Arpanet, BBS:er, Usenet och The Well till dagens interaktiva webb. Men det finns också skäl att ifrågasätta digital öppenhet som både ideal och generell förklaringsmodell för nätets utveckling, framför allt på senare år. Appkulturen till exempel styr idag bort från den öppna webben – och på denna är öppenhet faktiskt numera lika mycket ett kommersiellt som politiskt koncept. Öppenhet är rentav den kommersiella logik som exempelvis Google byggt sitt webbimperium kring. Ett ”öppet internet” är i så motto ett slags ideologi vilken radikalt förändrat det samtida informationslandskapet, något som vår utrikesminister möjligen bör tänka lite mer på framöver. Även Popper skulle nog vänt sig mot en sådan läsning, men han fick förstås aldrig möjlighet att googla en enda gång – han gick bort 1994, samma år som den kommersiella webben fick sitt publika genomslag med webbläsaren Netscape Navigator.

I en recension i New York Times av Evgeny Morozovs *The Net Delusion* (2011) påpekade en recensent att för några år sedan talade alla om hur internet skulle kunna bli mera fritt – ”now all anyone can talk about is how to control it”. Det behöver man inte hålla med om, men väl att frihet, öppenhet, kontroll och reglering är lika återkommande som centrala begrepp i diskussionen om nätet. I motsats till allsköns *cyberutopiker*, som Morozov kallar de nätapostlar som tror på det fria nätets potential för politisk emancipation, har han hävdat att nätet (i frihetens namn) lika ofta används för att reglera öppenhet. Morozov kan med andra ord anföras som ytterligare en exponent för hur problematiskt ”det öppna nätet” egentligen är som koncept. Vad han framför allt jagat upp sig över är de sociala

mediernas påstådda revolutionerande potential, vilket just är tema för Mariam Kirillos artikel i den här boken. Liksom alla medieformer baserar de sig på en strävan efter vinst, menar Morozov – sociala medier som Facebook eller Twitter utgör här inget undantag. Från ett marknadsperspektiv fungerar sociala medier som kommersiella radiostationer – de säljer lyssnare/användare till annonsörer. Som Anders Rydell sammanfattar i sitt bidrag till denna bok är det därför i slutändan hos annonsörerna – och inte hos användarna – som de sociala medieföretagens lojalitet ligger.

Med utgångspunkt från Morozov och andra nätskeptiker kommer jag att i den här artikeln försöka problematisera begrepp som *öppenhet* och *slutenhet*. Min ambition är att argumentera för att till synes enkla begrepp som öppet och slutet framstår som allt viktigare dialektiska drivkrafterna för internetns utveckling och de fåtal företag som idag dikterar villkoren för denna. Med ett slags rudimentär hegeliansk logik står det öppna Google (tes) mot det slutna Apple (anti-tes) – och frågan är vilken syntes vi kommer att se framöver. En term som öppenhet har givetvis många dimensioner; i det följande relaterar den främst till ekonomi. Som Anders R. Olsson påpekat i sin artikel i den här boken har öppenhet till exempel alltid ett slags social skuggsida i form av hotad personlig integritet. All data lämnar ju spår. Om statens tidigare var den Storebror som misstänksamt betraktade oss alla, är det nu istället kommersiell övervakning vi oroar oss för. Google ägnar sig förstås inte alls åt någon polisiär överstatlighet, snarare en ”öppen” kartläggning av våra digitala liv – och det skrämmer kanske ännu mer.

Samtidigt är Google ett företag som gör allt för att mini-

mera den rädsans kultur som ibland förknippats med det närmast mytiskt eländiga nätet, fullt av pedofiler och ondsinta hackers. Bra användare är för dem alltid många användare. Användarmassans Google är därför lika beroende av ett öppet som reklamfinansierat nät, därav animositeten mot till exempel Facebooks socioslutna vänuniversum. Apple säljer i sin tur lika bedårande som slutna apparater, men delar av affärsidén baseras samtidigt på ett öppet utvecklingsverktyg för externproducerade medier och programkod – som Apple skaffat sig en närmast diktatorisk kontroll över. App Store är följdriktigt en lika profitabelt prunkande som kontrollerad affärsmiljö. Det finns därför flera anledningar att skärskåda myterna kring nätets och den digitala kulturens förmenta öppenhet. Webbhistoriskt har en (mer eller mindre) innehållsligt manipulativ kulturindustri (Hollywood) på senare år flankerats av såväl en (påstådd) neutral öppenhetsindustri (Google) som en slutna hårdvaruindustri (Apple). Pengaflöden läcker sedan ett decennium från den senare till de förra, och den stora frågan för exempelvis mediebolag är hur webbekonomin ska tätas till. I en tid när IT-sektorn utmanar medieindustrin på dess traditionella spelplan finns det skäl att fråga sig om slutna kreativitet är vägen framåt – eller ett slags öppen destruktion av etablerade affärsmodeller.

ÖPPNA NÄT

Access till ett fritt internet betraktas idag av många som en medborgers rättighet. Finland lär rentav vara det första land i världen som lagstiftat om medborgarnas rätt till ett snabbt nät. Men denna föreställning (och kommande praxis) har förstås ett pris. Någon måste bekosta den grundläggande infra-

strukturen, och varje medborgare vet att det kostar att vara uppkopplad. Väl online har innehållsindustrins stora dilemma varit att få folk att betala igen – detta efter att först ha köpt en maskin *och* en uppkoppling. Hur man än vänder och vrider på frågan om den digitala marknadens egenheter förblir detta ett ekonomiskt faktum; någon har redan betalat (alternativt tjänat pengar) innan alla andra digitala transaktioner ens kan komma till stånd. En bok är bara att köpa och läsa, att gå på bio likaså. För att se på tv eller lyssna på musik behövs visserligen en teknisk apparat, men för att ta del av digitalt innehåll måste man som konsument också skaffa sig tillgång *till* internet. Det är därför som nätleverantörer, mobilmakare och hårdvaruföretag idag täljer guld; det är bolagen som tar oss till nätet och dess mer eller mindre fria innehåll som är kungar.

Likväl är jätten Goliat helt beroende av David – en tom webb intresserar ju ingen. Nätet måste kontinuerligt fyllas med intressant innehåll för att bibehålla sin popularitet, det vill säga, inte med vilket innehåll som helst – åtminstone inte i längden. Den brokiga användargenererade webben utgör förstås ett korrektiv, men det amatörkulturella utbudet lever också i ett slags ständig symbios med professionellt producerat innehåll. På exempelvis YouTube utgörs alltid det mest populära videomaterialet av professionell film eller tv, vilket flankeras av den långa svansens smalare och spretande utbud. Utbud rekommenderat av ”vänner” har sin lockelse, men kan också bli tröttsamt. Risken framöver är att allt tröttare sociala medier slår över i ett slags backlash; för hundra år sedan ersattes trots allt en social folkkultur av en massmedialiserad nöjeskultur på basis av dess professionalitet. Som Lisa Ehlin framhåller i den här boken är en annan påtaglig osäkerhet det sätt som den

användargenerade webben blir alltmer maskinär; den ökade användningen av bots inom kreativa områden gör till exempel att gränsdragningen mellan amatör och professionell blir allt svårare att dra – och maskiner tar inte speciellt mycket betalt.

Nätets ekonomi och behovet av att hitta långsiktiga och robusta modeller för att ta betalt för digitalt innehåll har debatterats i det oändliga. Problemet är måhända olösligt, även om nya siffror från musikindustrin i Sverige möjligen antyder ett trendbrott. 2012 förväntas musikintäkterna att nå nästan till 2004 års nivåer på över en miljard kronor. Spotify kommer förmodligen stå för mer än hälften av dem. I längden är både teknikbolag, nätleverantörer och webbföretag beroende av kvalificerat och professionellt innehåll – och det vet de (liksom vi användare innerst inne). I takt med en ökad digital mognad stiger kanhända betalningsviljan; i det digitala ekosystemet finns givetvis pengar. Men försäljning av innehåll har alltså en marginell ekonomi på webben, åtminstone jämfört med hårda och mjuka affärsmodeller för nätaccess.

En digital infrastruktur, det vill säga själva etableringen av en virtuell marknadsplats, utgör naturligtvis förutsättningen för nätets nya kommersiella logik. Det kan vara en mer eller mindre öppen plattform, som på webben, eller en strikt kontrollerad affärsmiljö, som Apples App Store. Inträdeskostnaderna skiftar, men de finns alltid där – även på den öppna webben. Nättevangelisterna som för dyra föredragspengar talar sig varma för ”gratis” bortser ofta från det faktum att utgångspunkten inte är given; själva premisen för ett närmast kostnadsfritt innehåll är att det kan erbjudas på en oceanliknande digital plattform som användare redan köpt access till. Lika (o)kunnig som Carl Bildt är om behovet av ett öppet internet,

lika naiv är han därför om de intressen han egentligen gynnar. För intresset ljuger aldrig, och det vet en utrikesminister förstås. Dagens nätdiskurs där öppenhet ses som fundament för den digitala domänens utveckling är knappast neutral. Tvärtom favoriserar den vissa aktörer framför andra, och speciellt en specifik digital sektor, nämligen telekombranschen och somliga webbföretag – framför allt Google. Att inte tro att öppenhet kan fungera som en industriell logik är att blunda för nätets nya kommersiella och ickekommersiella – eller snarare semikommersiellt, hybridartade ekonomiska realiteter. Förmodligen är det en av de främsta myterna kring internet idag. Termen kommersiell, det vill säga prissättning efter utbud och efterfrågan, är faktiskt ganska trubbig för att begripa nätets nya ekonomiska realiteter. Den digitalt kommunikativa kapitalismen, för att använda ett begrepp myntat av bloggteoretikern Jodi Dean, är långt mer sofistikerad än så. Google är ju på många sätt ett *post-kommersiellt* företag med mer än 30 000 anställda och 37 miljarder dollar i intäkter under 2011 – men hur många av oss har de facto betalat en enda krona till dem? På nätet konsumerar vi förstås på andra sätt, främst genom den nya valutan interaktiv data. Ändå är den nya digitala ekonomins märkligheter påfallande. När reproduktions- och distributionskostnader närmar sig noll, gäller vare sig prismekanismer reglerade av utbud och efterfrågan eller tillgångars knapphet. I den digitala världen räcker allt *alltid* till alla.

Den digitala innehållsindustrin har likväl ett antal ekonomiska trösklar – och opererar samtidigt på ett öppet nät vars fundament är kopiering. Nätets grundfunktion är på många sätt att kopiera information från ett ställe till ett annat, och den amerikanska bransch- och lobbyorganisationen CCIA

(Computer & Communications Industry Association) har följaktligen beskrivit datorer som ”enorma kopieringsmaskiner”. Delandets kultur på nätet har gjort att värdet på information och innehåll drastiskt minskat; det vet vi. Kopiering är helt centralt för nätet och datorer, men faktiskt också för andra tidigare mediala kommunikationsformer som exempelvis fotografi och film. Att som CCIA beskriva datorn som en ren kopieringsmaskin är därför lika mycket ett slags kulturell föreställning som det är en teknisk beskrivning. Den engelska termen ”computer” anger till exempel en helt annan matematisk inriktning, det vill säga datorn som beräkningsmaskin. CCIA säger på sin hemsida att organisationen arbetar för att ”främja öppna marknader, öppna system, öppna nätverk och rättvis och öppen konkurrens i dator-, telekommunikation- och internetindustrin”. Det är fyra ”öppen” i en mening. Att CCIA hävdar att ”öppenhet är en inneboende egenskap i nätet natur” förvånar inte.

Ett fritt och öppet nät är det med andra ord många som vill ha – från CCIA över Google till fildelare och svenska regeringen. Som koncept sammanbinder det öppna nätet idag en minst sagt ohelig allians. Ingenting enar lika mycket som en gemensam fiende, i det här fallet ett alltför reglerat nät. Debatten i USA om SOPA (Stop Online Piracy Act) har exempelvis lierat Facebook med Google liksom medborgarrätsorganisationer som Electronic Frontier Foundation, intressen som annars sällan sammanfaller. En generell tendens idag är att allt fler vill styra innehållet på internet. Vad man får och inte får förmedla via nätet diskuteras flitigt, och övertrumfas egentligen bara av vem som ska tjäna pengar på denna förmedling – och hur. Kontroll av internets innehåll bör dock på flera sätt viktas mot

intresset för nätets tekniska infrastruktur. Internet är ju å ena sidan ett globalt och *öppet* distribuerat datanätverk, å andra sidan ett resultat av mängder av *slutna* affärsmässiga uppgifter. Denna dubbelhet gör det mer eller mindre omöjligt att vare sig kontrollera eller styra.

Men att inte reglera och att återkommande propagera för öppenhet är också ett medvetet strategiskt val. Som Paul Frigyes skriver i sin artikel i den här boken verkar till exempel Google i en värld av ökad transparens; de arbetar frenetiskt för att upprätthålla öppenhet online eftersom det är så företaget tjänar pengar genom annonser. Men som företag är Google självt långt ifrån öppet och transparent, snarare tämligen hemligt, ja till och med slutet. Att få kontakt med folk på Google är inte lätt, och diverse presskontakter – eller snarare avsaknaden av sådana – liknar i så motto mer Apple, detta nätekonomin Kina, än traditionella, multinationella koncerner. Google har förstås en uppsjö med policy- och strategidokument, men man verkar mer än gärna genom andra aktörer. Att företaget idag är en av branschorganisationens CCIA:s starkaste medlemmar kommer därför inte som någon överraskning.

Historien kring och framgångssagan om Google reduceras gärna till berättelsen om hur ett skalbart hårdvarusystem byggdes upp med start 1997. Men Googles utveckling utgör också en spegelbild av webben. Att företaget i princip helt undvek dotkomkraschen kring millennieskiftet har inte uppmärksamats speciellt mycket, inte heller den sena börsintroduktionen hösten 2004. Webbhistoriskt kan den på många sätt ses som startpunkten för webb 2.0. Den användargenererade webbens fria och gratis producerade innehåll utgör därför i mycket basen för Googles annonsimperium. Företaget insåg helt enkelt

före någon annan att man på ett storskaligt sätt kunde använda fri och öppen information – som någon annan producerat utan kostnad – som kommersiell strategi för att maximera antalet användare och sin egen vinst. Att få folk att de facto befinna sig på nätet har alltid varit allra viktigast för Google, och även det sköter som bekant andra aktörer.

Som megadistributör av data har Google omvänt varit till stor hjälp för hårdvarusektorn, i vars intresse det förstås också ligger att ha så mycket trafik som möjligt i näten. Försäljning av diverse sladdar, switchar och servrar är ju helt proportionell mot internets trafikökning. Företag som Ericsson och Cisco, Huawei och Oracle är såtillvida också måna om ett lika växande som öppet nät – även om det förstnämnda bolaget även rönt kritik för möjligheten att spåra och lokalisera oppositionella i exempelvis Syrien. Samtidigt är telebolagens inställning till nättrafikens omfattning emellanåt kluven; blir belastningen för stor minskar nätens tillförlitlighet. Till skillnad från Google som byggt skalbara system har hårdvarusektorn mer uppenbara tekniska begränsningar; kapaciteten måste byggas i lika rask takt som efterfrågan på bandbredd ökar, något som inte alltid är möjligt.

Det öppna nätet har alltså många intressenter, men det är ändå främst Google som etablerat ”öppenhet” som sin egentliga kommersiella affärspraktik. Denna övergripande digitala strategi har medievetaren Peter Jakobsson analyserat i en ny avhandling, kongenialt betitlad *Öppenhetsindustrin*. Centralt i sammanhanget är föreställningen om fri och rörlig information som en förutsättning för kreativitet och företagande online. ”Kärnan i föreställningen om öppenhetsindustrin”, skriver Jakobsson, är att somliga företag ”skapar värde genom att

transportera information och mäta hur information cirkulerar i digitala nätverk”. De producerar alltså inte information eller innehåll – utan distribuerar data. Nättrafik, om så i form av sociala relationer eller klickfrekvens på annonser, blir till den vara som säljs. Samtidigt har öppenhetsindustrin självuppfattningen att man också stärker demokratin genom att underlätta global kommunikation utan hinder och regleringar. Det stämmer på olika sätt. Google gör ju vår vardag enklare med sina sömlösa applikationer – men likväl tjänar de stora pengar på detta slags mer eller mindre medborgerliga uppdrag som de också marknadsföringsmässigt förstått att utnyttja. Uppsåtet må vara gott och olika nationalstater kan (och bör) dra nytta av sådana tjänster. Men man får inte glömma bort vem som tjänar på dem; många politiker har här varit alltför blåögda – och det gäller även somliga utrikesministrar. I föreställningen om öppenhetsindustrin är det just entreprenörer och företag inom IT- och tekniksektorn som tror sig vara bäst ”skickade att realisera värdet av de symboliska produkter som kommer från både internetanvändare och de kreativa industrierna”, som Jakobson påpekat.

Samtidigt stöter öppenhetsindustrin här på rättslig patrull – detta eftersom upphovsrätten naturligtvis reglerar den fria cirkulationen av information. Därav telebolagens obenägenhet att exempelvis lämna ut komprometterande information kring somliga kunders göranden och låtanden. Men som Jakobsson påpekar så är de företag vilka förespråkar öppenhet som affärsmodell ofta själva beroende av upphovsrätten. Vad de argumenterar för är därför avskaffandet av eller undantag ”från *andras* upphovsrätter snarare än sina egna. I praktiken förespråkar de således en högst partiell öppenhet.” Dessutom

är denna öppenhet baserad på den kontroll som IT-företag har över kommunikationen på nätet genom den infrastruktur de säljer. ”WIPO, den internationella organisation som bevakar det immaterialrättsliga området, försöker beräkna värdet på det som upphovsrätten ’stänger in’”, sammanfattar Jakobsson. ”CCIA försöker tvärtom beräkna det ekonomiska värdet på det som är ’öppet’.”

Föreställningen om ett öppet internet är alltså långt mer komplicerad än man kan tro vid en första anblick. Situationen blir också mer komplex om man adderar det sätt som Google filtrerar sökresultat, det vill säga det slags personaliserade informationsreglering genom styrda sökningar som är ämnet för Eli Parisers bok *The Filter Bubble* (2011). Öppenhet är här en högst subjektiv erfarenhet. Men naturligtvis finns också andra, ickekommersiella värden i ökad öppenhet än bara växande konkurrenskraft för diverse företag. Poängen är att öppenhetsindustrin lätt kan dra nytta också av sådan kritik och invändningar. Om en Yochai Benkler i sin *Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom* (2006) som undertiteln antyder argumenterat för den öppna nätverksekonomin överlägsenhet i såväl marknadsliberal som frihetlig tappning, ligger hans kritik helt i linje med öppenhetsindustrins strävanden. Detsamma kan sägas gälla en Henry Jenkins som i sin bok från samma år, *Convergence Culture*, från ett mer kulturellt perspektiv diskuterat den öppna deltagarkulturens ideliga konflikter med den slutna medieindustrin.

Intressant nog har den skarpaste kritiken av denna öppenhetsdiskurs levererats av industrins insiders. Vid nästan samma tidpunkt som Benkler och Jenkins publicerade till exempel den tidigare IT-entreprenör från Silicon Valley, Andrew Keen, *The*

Cult of the Amateur (2007), en vitrioldoftande diatrib mot webbens användarkultur. Redan då gick han till storms mot Googles parasiterande företagsstrategi som på ett närmast magiskt sätt lyckats transformera webbens innehåll till en gigantisk reklammaskin. De producerar ju inget, menade han, 99 procent av bolagets inkomster kommer från reklam – och ”det är detta företag som ses som webbens framtid!” Google, hävdade Keen då, är ett slags ”elektronisk narrspegel av oss själva” där ”massan tilldelas makten att definiera vad som är sant eller inte”.

En snarlik kritik av den kommersiella ”frihet” som webb 2.0 öppna plattformar inneburit har också varit ämne för en annan ”Silicon Valley intellectual”, Virtual Reality-pionjären och programmeraren Jaron Lanier och hans bok *You are not a Gadget* från 2010. Där vänder sig Lanier mot uppfattningen att våra datorer och ”datamolnet” därute snart kommer att vara så kraftfulla att människor kommer att bli överflödiga. Denna ”cybernetiska totalism” lämnar föga plats för en digital humanism som kritiskt reflekterar över teknologins inverkan på kulturell produktion. På många sätt är Laniers bok en lika nostalgisk som besvikna betraktelse över hur nätkulturen kommit att gestalta sig femton år efter den publika webbens genomslag. Kreativiteten befinner sig i kris, enligt honom, och webben har muterat till en reklammaskin; annonser ska frälsa oss och Google är molnets herre. För honom var (och är) webb 2.0 och Google röda skynken; de innebär inget annat än ”en standardisering och kommersialisering av våra digitala liv” vilka resulterat i ett slags blek ”digital maoism” – ett slags paradoxal stängd öppenhet.

SLUTNA DATORER

Liksom frihet är öppenhet alltså ett relativt begrepp, och till nätskeptiker som Keen och Lanier kan man även räkna in journalisten och författaren Nicholas Carr. Vad som förenar dessa herrar är just en kritik av den roll som Google kommit att spela för den digitala domänens utveckling – på gott och ont. Om Keen främst koncentrerat sig på användarkulturens symbiotiska relation till Google – nyligen uppdaterat med fokus på sociala medier i hans senaste bok, *Digital Vertigo* (2012) – har Carr gjort sig ett namn med en rad kritiska IT-branshböcker och uppmärksammade artiklar: ”Is Google Making Us Stupid?” frågade han sig exempelvis för några år sedan. Han satte då ord på den oro som många började känna inför webben som uppslukande informationsresurs. I boken *The Shallows* (2011) följdes samma tema upp; Google är i distraktionsbranschen och nätet sprider ens tankar åt alla möjliga håll genom hyperlänkar och konvergerande medieformer, hävdade Carr. Framför våra skärmar råder på många sätt ett slags digital-darwinistiskt ”survival of the busiest”. Vi är vad vi klickar på, konstaterade han då torrt.

Vidgar man denna skara av nätskeptiker stöter man snabbt på en snarlik diskussion som även den tematiserar öppenhet och slutenhet, men från ett helt annat perspektiv. Här är innehåll och algoritmisk mjukvara ersatt av datorerna själva och den hårdvaruindustri som tillverkar dem. Om Google varit mål för kritik när det gäller digital dominans – även om de gärna utmålar sig själva som neutral förespråkare av öppenhet – är Apple motsvarande måltavla för stängda system. Visserligen var en av företagets första datorer, Apple II från 1977, ett öppet system med möjlighet att producera tredjepartsprogram. Men

sedermåra slöt sig Apple, åtminstone enligt detta synsätt. Rigorös styrning och intern perfektionism kännetecknade länge produktionen av Macdatorer. Ett genialt kontrollfreak som Steve Jobs gjorde inte saken bättre. För denna närmast maniska slutenhet har Apple under årens lopp också rönt betydande kritik – inte minst från hackerkretsar – och snarlikt klander har drabbat såväl iPhone som iPad. Givetvis har Apples konkurrenter använt sig av dessa mer eller mindre slutna föreställningar. 2010 hävdade exempelvis Googles dåvarande vd, Eric Schmidt, att Apples företagsfilosofi är – och alltid varit – sluten. ”Du måste använda deras utvecklingsverktyg, deras plattform, deras programvara, deras hårdvara”, beklagade han sig då irriterat i en intervju. ”Och även när du skickar in en app, måste de godkänna den. Du måste använda deras distribution. Det är inte öppet” – ”the inverse would be open”. Att Schmidt ett år tidigare avgått som styrelsemedlem hos Apple är knappast förvånande, och inte heller att Google (aningen ryggradslöst) llerat sig med hackers och nätaktivister i denna fråga. Ett aktuellt exempel utgörs av det föredrag som nätaktivisten Cory Doctorow höll i Berlin på 28C3 Chaos Communication Congress strax före jul 2011. Med den talande titeln ”Lockdown. The coming war on general-purpose computing” höll Doctorow ett timslångt tal där han pratade sig varm för behovet av öppna datorer. Kanske sammanfattades dock hans utförliga anförande bäst med en mycket kort kommentar online: ”So what you’re saying is: ’Don’t buy Apple products.’ Got it! :)”

En något mer artikulerad, men för den skull inte mildare företagskritik mot Apples slutenhet har levererats av cyberjuristen Jonathan Zittrain. Alltsedan publiceringen av boken, *The Future of the Internet – and How to Stop It* (2008), har han varit

en av de mest ivriga kritikerna av slutna enheter som iPhone, Xbox eller TiVo. Den generella öppenhet som karakteriserat internet och webben, menar Zittrain, har på senare år successivt undergrävts av en våg av nya mobila teknologier vilka inte längre kan modifieras av sina användare. Den generiska datorn är ju öppen för att installera program och kan alltid styras genom programmering på olika sätt. Nya mobila apparater och plattformar som lanserats av exempelvis Apple har däremot låst in användaren utan möjligheter till installation av egna program. Användarvänlighet har varit branschens ledord, men Zittrain (och många andra) har rätt i att den generelle användaren ofta begränsats i sina möjligheter. Apples datorer i allmänhet och iPhone i synnerhet – av Zittrain apostroferad som en ”iBrick” – är därför inte generativa teknologier, enligt honom. De inbjuder inte till innovativa lösningar eftersom användare är begränsade av maskinernas slutna programvara. En snarlik kritik mot Apple har också riktats av open source-rörelsen. Även om somliga personer inom databranschen betraktat exempelvis operativsystemet iOS som synnerligen produktivt – något som inte minst en halv miljon externproducerade appar vittnar om – har Zittrain insisterat på att eftersom det inte är ett öppet system så kan det heller inte vara generativt. Den viktigaste tesen i Zittrains bok är just att ”generativa teknologier” är allra mest centrala för utvecklingen av den digitala domänen.

Vad jag vill understryka här är att trots denna slutenhet så är Apple numer världens högst värderade företag. Öppenhet är inte nödvändigtvis vägen framåt, även om Google varit framgångsrika i att få många politiker att tro det. Apples omsättning närmar sig numera ofattbara 1 000 000 000 000 (en biljon)

kronor. I kraft av en innovativ mobil, en surfplatta som ensam lagt grunden för en hel bransch, samt lika snygga som kraftfulla datorer, har Apple gradvist detroniserat Microsoft som ledande teknikföretag. Apple är som bekant inte längre ett coolt nischföretag med några få procent av datormarknaden, utan en samtida (och framtida) medial storspelare beträffande såväl mjuk- som hårdvara. Apple skiljer ju sig från Microsoft och Google eftersom man byggt sitt imperium på lika delar kod som aluminium, glas och plast. Det handlar om ett slags vertikal integration à la Hollywood, där Apple har strikt kontroll över alla delar – från produktion till distribution och försäljning av form och innehåll. Den klassiska filmindustrin utgör därför ett förklaringsprisma till företagets framgångar. Apple tänker som Hollywood; man konstruerar drömprodukter och marknadsför begär.

Den öppenhetsindustri som Google står för kan såtillvida med fördel kontrasteras mot Apples slutna drömvärld. Google delar med sig av data, ger fri access till program och tjänster eftersom ökad trafikvolym på webben tjänar deras intressen. Mot detta står Apples slutna app-universum, som använder internet på mer reglerade sätt. För somliga framstår därför Apple som företrädare för en sluten företagsfilosofi som låser in produkter och kod. Det är en helt rimlig kritik, men givet de enorma vinster företaget drar in är den inte speciellt produktiv. Att som Zittrain, Doctorow och andra beklaga sig över den samtida dator- och mobilutvecklingen är att missa vad som egentligen håller på att ske, nämligen att också andra digitala parametrar än öppenhet förefaller styra utvecklingen. I skrivande stund ska Apple exempelvis snart lansera ett nytt operativsystem som enligt uppgift kommer att se till att bara

applikationer som licensierats av Apple får köras på datorerna; på samma sätt är iTunes idag ett verktyg som inte direkt är kopieringsvänligt eftersom personliga filer inte kan flyttas på vanligt sätt. Men likväl köper konsumenter dessa ”slutna” produkter. Marknaden består trots allt av tämligen få personer som skriver kod med behov av öppna system, därtill har Apples kunder en närmast blind tillit till företagets produkter.

Snarare än att se Apple som ett renodlat IT-företag bör man därför betrakta det som ett globalt medieföretag, vilket visserligen inte själva producerar innehåll, men däremot sätter ramarna och reglerar hur media paketeras. Att integrera mjukvara och medialt innehåll har alltid varit en strategisk grundidé – gärna i olika steg, med nätet som växande distributionskanal. Från musikprogrammet iTunes över App Store till Mac App Store löper samma kommersiellt framgångsrika koncept. Anledningen är dels integreringen med Appleprodukter, dels reducerad prissättning och enkelhet i att konsumera, så kallad ”one-click buying”. Apple har följaktligen miljontals kreditkortsuppgifter kopplade till sina olika försäljningskanaler, och App Store, denna mobila lanthandel för kod är den främsta anledningen till framgången med iPhone och iPad. De centrala med dessa apparater är ju att de fungerar som ett slags personliga plattformar att fylla med datainnehåll efter eget tycke och smak. Begreppet ”öppenhet” är helt irrelevant i sammanhanget. När App Store introducerades sommaren 2008 fanns 500 appar att köpa, ett år senare 65 000 – och idag mer än en halv miljon. Givet de initiala framgångarna med iTunes kan man emellertid notera att Apple inte tänkte sig en affär kopplad till iPhone när mobilen lanserades. I de första reklamfilmerna för iPhone fanns exempelvis inte ett spår av

någon butik. Appar hade alltså inget med iPhone att göra – åtminstone till en början. Efter en hel del debatt under hösten 2007 då iPhone var ny, ändrade dock Apple inriktning; genom lanseringen av ett ”Software Development Kit” möjliggjorde man för utvecklare att skriva extern kod till iPhones operativsystem.

Möjligen kan man se denna tvekan som ett tecken på att Apple då alltjämt strävade efter att ha absolut kontroll, samtidigt är det mest intressanta med App Store som kommersiellt fenomen att Apple lagt grogrunden till ett kontrollerat digitalt ekosystem i en tid när ett öppet internet betraktas som den självklara utgångspunkten för utveckling. Apple har bevisat motsatsen. App Store är en djungel av program, som bitvis är lika svår att hitta i som den gör Apples produkter attraktiva. Trettio procent av intäkterna på sålda appar tillfaller Apple. Det kan förefalla som ett överpris, men talar man med app-utvecklare i branschen är det nästan ingen som klagar. Tvärtom är de flesta nöjda. Apple har helt enkelt gjort det möjligt för exempelvis mindre spelföretag att distribuera kod på ett mer riktat och direkt sätt än över den öppna webben. Dessutom är fördelen med Apples mobila operativsystem iOS (jämför med exempelvis Googles Android) att utvecklare alltid vet att en produkt fungerar på alla iPhones om man testat koden på sin egen.

AVSLUTNING – MOT EN NEUTRAL ÖPPENHET?

För mer än sextio år sedan publicerade medieteoretikern Harold Innis den numera klassiska studien *Empire and Communications* (1950). Där drev han tesen att det förflutnas kommunikationsformer – från papyrus och pergament till tryckpressen – för-

modligen var den främsta anledningen till imperiers uppgång och fall. Mönstret är kanske inte riktigt detsamma för modern informationsteknologi, men medialt imperiebyggande är allt annat än obekant, vilket företag som Google och Apple numera visar med all önskvärd tydlighet. Deras strategier är väsensskilda, och givetvis finns många andra starka digitala aktörer. Som den här artikeln antytt framstår begrepp som öppenhet och slutenhet som centrala faktorer för den digitala domänens samtid – och framtid. Öppenhetsindustrins logik är den mest sofistikerade, inte minst i ett mediehistoriskt perspektiv. Men exemplet med Apple visar att en diametralt annorlunda företagsstrategi faktiskt kan vara än mer framgångsrik. Det kan inte nog understrykas att Apples framgångar inte uppnåtts trots kontroll – utan just på grund av denna. Framför allt App Store framstår som ett välstrukturerat alternativ till den (kanhända alltför) öppna webben, och appkulturen – som numera också återfinns i reguljära datorer, exempelvis i konkurrentens nya operativsystem Windows 8 – antyder ett helt annat sätt att som konsument förhålla sig till digital information.

Den större frågan gäller emellertid hur det samtida medielandskapet gradvis håller på att ändra skepnad, och vilka som egentligen bestämmer spelreglerna. Under 1900-talet dominerades medielandskapet av företag och stater som producerade nyheter, kultur och nöjen genom olika kanaler, om så i tidningar, film, radio eller television. Utbudet var antingen kommersiellt eller offentligt finansierat. Med digital teknik har under de senaste femton åren främst distributionssättet radikalt förändras. Om 1900-talet var medieproducenternas århundrade framstår det nya seklet som mediedistributörernas glansperiod. Nya distributionssätt har också ställt den tradi-

tionella medieekonomin på huvudet; utbud och efterfrågan fungerar online enligt nya kriterier, inte minst i sociala mediasammanhang. Som Helienne Lindvall (och andra) påpekat är fri nätservice aldrig gratis: "Unless you're paying for a service, you're not the consumer – you're the product."

Ytterligare en konsekvens av den här utvecklingen är att det inte längre finns några tydliga medieformer – även om företag och institutioner alltjämt organiserar sig efter äldre format – endast digital information i form av data. Samtidens medieteoritiker är mycket förtjusta i att ständigt påpeka att det inte längre existerar något innehåll; online lyssnar och tittar vi numera på databaser. "There is no content, only data and other data." Man kan tycka vad man vill om den här typen av mediala oneliners. Faktum kvarstår dock att det är medieformernas uppgradering – eller nivellering, om man så vill – till data som rubbat informationssamhällets maktbalans. Nätets nya former av kommunikativ kapitalism har inte bara förändrat de mediala uttrycken. Genom sociala medier och det molnlika nätets ständiga närvaro *är* vi ju alla idag medier. Information länkas och förmedlas, delas och distribueras. I samma sekund som vi mediekulturellt positionerat oss genom en eller annan uppdatering i molnet har dataprotokollen indexerat våra beteenden. Algoritmerna må arbeta gratis, men all data registreras. Om somliga kritiker tidigare oroade sig för (den analoga) mediesektorns monopolistiska tendenser – från ökad maktkoncentration till minskat meningsutbyte – har den diskussionen på flera sätt kommit i skymundan av en helt ny konflikt, nämligen den mellan mediebolag och IT-sektorn. I takt med att datorer blir allt viktigare för oss alla i vår vardag, om så i form av smarta mobiler, surfplattor eller interaktiva tv-skärmar, är

det IT-sektorn (i vid bemärkelse) som numera sätter agendan. Det gör den förstås i kraft av sin ekonomi. Som Per Strömbäck påpekar i sin artikel i den här boken motsvarar den mediala innehållsindustrins totala omsättning i Sverige (film, böcker, musik etcetera) bara en liten del av de nationella telebolagens faktiska vinst. Det handlar helt enkelt om branscher som spelar i olika ekonomiska divisioner. Inkluderar man de sociala mediernas popularitet inser man snabbt att den traditionella mediesektorn hamnat på defensiven – såväl konceptuellt som ekonomiskt. Samtidigt producerar den ett professionellt utbud som är populärt och efterfrågas, men när det gäller nya affärsmodeller har man varit allt annat än digitalt lättfotad. Annonsmarknaden på nätet har exempelvis snabbt kommit att domineras av Google. Som Robert Levine påpekar är det så tillvida en historiens ironi att den kabelfinansierade tv-serien *Mad Men* – vilken reklamhistoriskt hyllar konsumtionssamhällets genomslag – inte längre skulle kunna dra in sina inspelningskostnader enbart genom annonser.

Hur medieutvecklingen kommer att se ut de närmaste åren vet ingen, men en blick på 1900-talets medielandskap kan ge vissa antydningar. Medieutvecklingen följer nämligen i regel en mall; ny informationsteknologi introduceras, den ger upphov till industrier som genererar imperier – om man nu följer Innis – vilka detroniseras genom kreativ förstörelse av en radikalt ny kommunikationsform. Och så börjar det hela om. Det paradoxala är att nästan alla nya medieformer till en början varit *öppna*, demokratiskt tillgängliga och utlovat en närmast gränslös kommunikation – för att sedan *sluta sig* i lika kontrollerade som centraliserade former. Så var fallet med telefonin, med radiomediet, med filmen och med televisionen. Från Bells

telefonimonopol över Hollywoods vertikala integration till de internationella mediekonglomeratens framväxt de senaste decennierna är bilden densamma. Den stora frågan är om det också kommer att gälla den digitala domänen; Google och Apple utgör här olika potentiella scenarier.

Tim Wu har i boken *The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires* (2010) gjort en historisk genomgång av den cykliska kommunikationsprocess som den moderna mediehistorien utgör. Men Wu är inte historiker. Hans syfte är samtida och Wu är den som myntat begreppet ”net neutrality” – nätneutralitet – det vill säga en (möjlig) lagstiftad princip om att all trafik på internet ska ha samma prioritet, och att ett telebolag, ett lierat företag eller en nätleverantör inte ska kunna köpa sig högre hastighet. En sådan princip skulle säkerställa nätet som kommunikationsmedium, har Wu hävdat, och han gör en lika elegant som övertygande mediehistorisk koppling till den öppenhet som initialt präglade all informationsteknologi.

Även .SE-bloggen behandlade i sin serie ”Ett öppet internet” nätneutralitetens betydelse. Tidigare under 2011 gjorde .SE också undersökningar av olika nätoperatörers påverkan på internettrafik. Då framgick bland annat att vissa mobiloperatörer systematiskt nedprioriterade trafik med till exempel fildelningsprotokollet Bittorrent; en annan slutsats var svårigheten att hitta information hos operatörer om vad de egentligen blockerar eller prioriterar. Ytterligare andra debattörer har hävdat att vi idag bör röra oss bort från offentlighetsprincipen mot en ny form av insynsprincip. Den svenska regeringen, har det föreslagits, borde göra det möjligt för medborgare att följa hur friheten på internet begränsas genom att

ge tillgång till öppna datamängder för verifikation. Vad dessa olika röster kring nätneutralitet, insyn och ett öppet nät dock förbiser är att medial öppenhet idag inte innebär samma sak som tidigare. Det existerar helt enkelt ett slags myt om öppenhetens *neutralitet* – som vissa IT-sektorer drar nytta av. Konceptet kring digital öppenhet är därför en hägring. Det är en öppenhet på några aktörers villkor – men inte andras. ”All bits are created equal”, har journalisten Jeff Jarvis nätneutralt hävdad som en parafra på USA:s självständighetsförklaring. Det låter bra. Men den förbiser att somliga digitala aktörer för närvarande tjänar stora pengar på sådana uppfattningar.







FLER MYTER

PELLE SNICKARS & PER STRÖMBÄCK



Myten om internet visar att det finns högst olika synsätt på den digitala utvecklingen – och att somliga mer än andra bokstaveligen tjänar på rådande föreställningar. I den här boken har nio löst strukturerade digitala myter behandlats: myten om affärsmodellen, myten om twitter-revolutionen, myten om den neutrala koden, myten om integriteten, myten om det spontana skapandet, myten om idealismen, myten om det fria ordet, myten om den farliga staten, och slutligen, myten om öppenheten. Under arbetet har vi dock upptäckt många fler nätmyter än vad vi tänkt och föreställt oss från början. Eller snarare fått upp ögonen för ett visst sätt att se och betrakta digitalisering och internet, samt – som vi påtalade i förordet – att verkligen syna de trossatser vilka under senare år präglat diskussionen om nätet. Det krävs ofta att man får syn på en sådan föreställning och kan granska den ingående för att avgöra om den stämmer eller inte – och det kan rentav vara svårt att göra sig fri från föreställningar som man konstaterat inte stämmer.

Allt som färdas i datakablar är digital information, de berömda ettorna och nollorna. För att saker i den fysiska världen ska få digital form krävs att de översätts till binär kod, förvandlas till information. Det är inte detsamma som att dessa saker verkligen är information, utan ett tillfälligt, övergående tillstånd. Information i traditionell mening är snarare

upplysningar, åsikter, yttranden, fakta. Men många andra saker kan ta informationens skepnad i syfte att överföras digitalt. Pengar är ett bra exempel. Pengar (och värdepapper) flyttas mellan konton i internetbanker som information – men när vi tar ut dem ur bankomaten är de inte information, de är åter pengar. Guldtackor förvaras ofta i kassavalv och kan säljas och köpas utan att flyttas. Istället är det intygen om vem som äger dem som ändras, det vill säga informationen om dem. Men guldtackan kan i princip hämtas ur kassavalvet; guldets är inte information – det är guld. Tanken att informationen ska vara fri är omöjlig i det här perspektivet, tvärtom krävs att informationen är låst, bestämd – annars havererar det ekonomiska systemet. Kulturella verk som filmer, böcker, musik och dataspel kan spridas som (eller snarare i form av) information genom internets nätverk. Men när de möter sin publik är de inte längre information, utan har återgått i sin ursprungliga form. Det krävs särskilda program eller apparater för att omvandla informationen till verk, som digitala videospelare, mobiler eller läsplattor. I sin tillfälliga form som information är filmerna eller böckerna tämligen meningslösa. På samma sätt är det meningslöst att betrakta alla ettor och nollor i ledningarna som information, utom i strikt teknisk bemärkelse – som exempelvis hur mycket datatrafik som kan passera genom en viss knutpunkt.

Först när en kulturprodukt övergår från att vara information till att bli ett verk är det meningsfullt för oss människor. Film är ett bra exempel. Internet Movie Database (IMDB) var en av de första webbsajterna som fanns när webben öppnades för allmänheten i början på 90-talet (sajten lanserades redan 1990). Där skapade användarna själva en databas om film med upplysningar om skådespelare, inspelningsår, regissör, titlar

på olika språk och mycket annat. Den var ett tidigt exempel på så kallat användargenererat innehåll. Mer än tjugo år senare är sajten ett högst etablerat index över filmbranschen – den som söker branschackreditering till en filmfestival bör exempelvis ha färska omnämmanden i IMDB. Detta är information, hur lång en film är eller vilket bolag som producerat den är information. Filmen per se däremot, är inte information. Den får sin mening när vi tittar på den, i alla bemärkelser utom den tekniska är den ett verk, en film. Då blir det tydligt att paroller som att informationen ska vara fri, eller att politiska påståenden om att skydd för upphovsmannens rättigheter skulle vara inskränkningar i informationsfriheten, bygger på en förväxling av information i teknisk mening och i andra betydelser, som mänskliga eller samhälleliga. Om man vill kan man kalla detta för *myten om informationen*.

Det finns inga gratisluncher, brukar det heta. Ändå är gratis ett ord som ofta förknippas med diskussionen om internet. Det talas ibland om en gratisgeneration som inte vill betala för något; vi skämtar om att allt är gratis på internet; delandets kultur förutsätter transaktioner som inte har med pengar att göra etcetera. Den som försöker ta betalt för en tjänst eller produkt på nätet kämpar i motvind, dels mot själva den tekniska infrastrukturen som är utvecklad för att med minsta motstånd flytta ettor och nollor genom ledningarna. Dels mot attityden att själva innehållet inte är värt pengar. Vi betalar utan att tveka tusentals kronor för en dator, mobiltelefon eller läsplatta – men ogärna något för själva innehållet som dessa apparater ska fyllas med för att bli meningsfulla. Det är tacksamt med gratis, och vem vill betala i onödan? Men som Robert Levine beskriver i sin artikel i denna bok, är det mest distributionen av innehållet som är gratis eller som har en marginell kost-

nad. Själva innehållet kostar i regel stora pengar att producera. Annorlunda uttryckt, det första exemplaret av en film kostar miljoner – de digitala kopior som därefter produceras betingar nästan ingenting. Precis som i fallet med begreppet information är det även här en fråga om språk och terminologi. Tidigt i nätkulturens utveckling etablerades distinktionen, ”free as in speech versus free as in beer”. Information på internet vill vara fri, i bemärkelsen yttrandefrihet. Vi vill ha frihet att uttrycka oss, att kommunicera, att ta del av upplysningar och åsikter. Men detta är naturligtvis inte samma frihet som ”free beer”; det senare är att få del av något som någon annan producerat, till exempel öl. Den som bjuder på öl förväntar sig tacksamhet, det fria ordet däremot är en rättighet. Med åren har denna distinktion blivit grumlig – och frihet används numera understundom i betydelsen rätten att ta (eller snarare kopiera) det andra producerat. Fritt har förvandlats till gratis – men det är en illusion eftersom någon annan alltid betalar. Låt oss kalla detta för *myten om gratis*.

Myten om Moores lag är mer komplex. Moores lag stipulerar, i korthet, att datakapaciteten fördubblas ungefär vartannat år i takt med den tekniska utvecklingen. Det har visat sig stämma datahistoriskt, och detta är skälet till att en vanlig digitalklocka idag har mer datakraft än månlandaren när det begav sig. På samma sätt följer lagringskapacitet i minnen, hårddiskar och bandbredd i telenäten samma utvecklingskurva. Att kapaciteten ökar, innebär samtidigt att priset sjunker i motsvarande grad för samma mängd processorkraft eller minnesutrymme, något som bland annat Wired-redaktören Chris Anderson diskuterat i boken *Free* (2009). Hans huvudargument är att detta driver priser på varor och tjänster mot en marginalkostnad som är noll – eller försum-

bar. Men verkligheten är som vanligt mer komplicerad. Det som gäller hårdvara gäller inte med självklarhet mjukvara. I takt med att den tekniska utvecklingen ökar kapaciteten, så stiger nämligen användarnas krav på mjukvara. Det räcker med att se hur gränssnittet i en vanlig mobiltelefon utvecklats det senaste decenniet, från små skärmar med svartvita menyer och låg upplösning, till stora pekskärmar med färgglad grafik och rörliga animationer. Eller dataspelens utveckling mot allt mer fotorealistisk grafik och utvecklingsprojekt som kan pågå i fyra eller fem år och sysselsätta hundratals personer. Vinsten av minskad hårdvarukostnad äts snabbt upp av skyhöga utvecklingskostnader för att utnyttja hårdvarans kapacitet. Nettokostnaden stiger – snarare än minskar. Detta är inte bara något som drabbar producenterna, även användarna märker av fenomenet. I stora organisationer, som banker och myndigheter, sker ett ständigt utvecklingsarbete i stora, komplexa utvecklingsprojekt. Storstockholms Lokaltrafiks nya biljettsystem levereras exempelvis av ett nyzeeländskt IT-bolag till en kostnad på långt över fem miljarder kronor – och dras alltjämt med stora problem, både beträffande bristande funktionalitet och försenad driftsättning. Under tiden lever de gamla pappersremorna kvar parallellt med sms-biljetter och magnetkort. På samma vis finns inom exempelvis banksektorn system som utvecklades på femtiotalet fortfarande kvar; de används inte ofta, men man vågar heller inte avveckla dem för då riskerar man att förlora potentiellt viktig information. Samma sak gäller i arkiv- och biblioteksvärlden; gamla system lever vidare parallellt med de nya. Bara i undantagsfall tas något ur drift, mer troligt är att det lever kvar, dammigt och halvglämt, medan någon fortsätter att betala licensavgifterna för säkerhets skull. Moores lag stämmer, kapaciteten ökar.

Men det blir allt dyrare att utnyttja den. Mönstret är bekant sedan industrialismens födelse, produkterna blir billigare, arbetstiden dyrare. Moores lag är därför inte riktigt en myt, snarare kan den tillämpas på fler delar av samhället än datorerna – men låt oss kalla den *myten om billigare*.

En annan myt är den om mediebolagens lobbyister. När piratdebatten var som livligast för några år sedan användes ofta uttryck som privatpolis om upphovsrättsorganisationerna – och pirater anklagade i sin tur svenska politiker för att sitta i knät på Hollywoods lobbyister som beställde lagar och beordrade polisrazzior efter tycke och humör. Men vid närmare betraktelse är rollerna som David och Goliat nog egentligen annorlunda. Underhållningsbranschernas samlade försäljning är i Sverige mindre än tio miljarder kronor per år, om man med underhållning menar film, böcker, inspelad musik, dataspel och annat som kan spridas via digitala nätverk. Värdet av dataspelförsäljningen i Sverige 2011 var cirka 1,7 miljarder kronor; böcker drygt tre miljarder; inspelad musik knappt en miljard; film inklusive bio drygt tre miljarder. Det är alltså ingen resursstark näring jämfört med intressena i det motsatta lägret, där de tre största telebolagen i Sverige omsatte sammanlagt nästan 250 miljarder kronor 2010 med en vinst på över 50 miljarder. Underhållningsproducenternas totala omsättning är alltså inte ens en femtedel av telebolagens vinst. En lika logisk konsekvens som ekonomisk följd – vilket vi också påtalade i bokens förord – är att den traditionella mediesektorn hamnat på defensiven. Förvisso är telebolagen verksamma på fler marknader än den svenska, men det finns åtskilliga mindre telebolag och lägg därtill teknikbolag som Cisco och Ericsson och internetplattformar som Google och Facebook så blir mönstret tydligt. Gemensamt för dessa aktörer är att de

bedriver intensiv lobbying i såväl juridisk som infrastrukturell bemärkelse. Men denna tysta påverkan uttrycks ofta med begrepp som tillgänglighet, arbete mot digitala klyftor, öppen data, eller IT i vården. Ingen bör tro att det bara är Hollywoods lobbyister som har makten.

I det här efterordet har vi uppmärksammat ytterligare några myter som vi fått upp ögonen för under arbetet med denna bok. Samtidigt är denna sammanställning långt ifrån komplett. Hur myter uppkommer, utvecklas och färdas genom århundraden vet ingen.



The background of the page is a complex, abstract geometric pattern. It consists of a grid of shapes, primarily triangles and rectangles, arranged in a way that creates a sense of depth and movement. The colors used are black, white, and various shades of gray. The pattern is symmetrical and repeats across the page, with a central area where the text is placed.

MEDVERKANDE



ROBERT LEVINE

Robert Levine är journalist och författare till boken *Free Ride* (2011), som beskrevs som ”en bok med potential att förändra debatten om framtidens kultur” av New York Times. Levine har under femton år bevakat populärkultur, teknik och det inte helt friktionsfria samspelet mellan dem, för tidningar som Wired, Vanity Fair och Rolling Stone. Levine är idag verksam från Berlin och New York.

MARIAM KIROLLOS

Mariam Kirolos är en egyptisk politisk aktivist, feminist och människorättsförsvarare. Hon har en kandidatexamen i statsvetenskap från Amerikanska universitetet i Kairo. Fram till idag har hon varit engagerad i den egyptiska revolutionen, vilket hon anser vara en vändpunkt i hennes liv. Mariam framträdde på framsidan av danska Politiken på Internationella Kvinnodagen 2011, i det dokumentära projektet ”Ord av Kvinnor från den Egyptiska Revolutionen” och har även syns i flera andra egyptiska och internationella publikationer.

ANDERS RYDELL

Anders Rydell är författare och journalist med huvudfokus på politik, teknik och kultur. Han är chefredaktör på tidningen Konstnären och driver idébyrån EGG, som bland annat arrangerar debattscenen Skafferiet. Han har utkommit med

en rad böcker, bland annat "Piraterna - De svenska fildelarna som plundrade Hollywood" och "Byt Namn och andra sätt att lyckas som journalist". Det senaste året har han gjort reportageresor till Afghanistan, Elfenbenskusten, Kenya, Iran, Israel och Ukraina. Han skriver regelbundet för tidningar som Icon, Fokus och Aftonbladet Kultur.

ANDERS R. OLSSON

Anders R. Olsson har i mer än trettio år skrivit om demokrati, medborgerliga rättigheter och ny teknik. Sedan 1978 har han varvat journalistik och författarskap med föreläsande och forskning. Arbetet har i stor utsträckning fokuserat på ny informationsteknologi och nya medier. Han har bland annat publicerat "Lögn, förbannad lögn och journalistik" och "Att stänga det öppna samhället". År 2000 tilldelades Olsson Sveriges Advokatsamfunds journalistpris och 2004 Söderbergska stiftelsernas journalistpris för juridik.

LISA EHLIN

Lisa Ehlin är doktorand i Modevetenskap och knuten till Forskarskolan för Kulturhistoriska Studier på Stockholms universitet. Hennes avhandling kretsar kring digital kultur, post-fotografi och bildens skifte från minne, dokumentation och sanningsbärare till efemär, social, kreativ och ständigt föränderlig funktion på internet. Lisa är också frilansskribent, bloggare (främst inom musik och populärkultur) och frekvent DJ och radiopratare. Hon har bland annat publicerats i SvD:s Under Strecket om bilden som digital bruksvara, i Ord&Bild om hackern som den nya filologen och i Vestoj om Vogue, rasism och skam.

PAUL FRIGYES

Paul Frigyes är frilansjournalist i Stockholm, framför allt specialiserad på frågor om medier, journalistik och grafisk form. Efter tio års anställning på tidningen Journalisten har han sedan 2011 medverkat som frilansmedarbetare i Dagens Nyheter kultur, Medierna i P1, Dagens Media, Arena och tidskriften Fokus. Han har skrivit böckerna *Typiskt Typografiskt*, *Svensk skönskrift* och *Nyhetsflås och Tidsanda* (om svenska löpsedlar) - och var 1969 huvudperson i den pedagogiska boken *Kan en treåring lära läsa*.

HELIENNE LINDVALL

Helienne Lindvall är en prisbelönad låtskrivare och musiker samt musik- och medieskribent för The Guardian. I sin vecko-krönika ”Behind the Music” bevakar hon musikindustrin från insidan. Hon anlitas ofta som musikspecialist för att framträda på tv och radio av Sky News, BBC, Irlands National Radio, Sveriges Radio och Koreas eFM Primetime. Idag jobbar hon med låtskrivare som Jörgen Elofsson (Britney Spears), Ghost (Robyn) och Steve Booker (Duffy), och skriver med och för artister på båda sidor av Atlanten.

PELLE SNICKARS

Pelle Snickars är medievetare och arbetar som forskningschef på Kungliga biblioteket. Han har under flera års tid skrivit om framför allt digitala frågor i Svenska Dagbladet – bitvis i rollen som internetdebattör kring fildelning, upphovsrätt, Googles bokskanningsprojekt och behovet av att tillgängliggöra kultur online. Snickars har publicerat ett flertal antologier om äldre och nyare medier, bland annat *The YouTube Reader*, *I bildarkivet*,

Citizen Schein och *Efter The Pirate Bay*. Sommaren 2012 ger han som medredaktör ut *Moving Data – The iPhone and the Future of Media* - en bok om Apples iPhone.

PER STRÖMBÄCK

Per Strömbäck har sin bakgrund inom dataspel sedan mitten av 90-talet, spelutvecklare, -förläggare och representant för branschens organisationer främst i frågor kring export, digitala marknader och kulturell acceptans. Han stod för manus och regi till dataspelet *Rock Manager* som gavs ut i fjorton länder och är redaktör för antologin *Gratis? Om kvalitet, pengar och skapandets villkor*. Per har tidigare suttit i styrelsen för det europeiska dataspelsförbundet ISFE och är ledamot av Riksarkivets insynsråd samt Svenska filminstitutets styrelse. Per Strömbäck är idag redaktör för Netopia, ett forum för digitala samhällsfrågor, som syftar till att utveckla det offentliga samtalet om digitaliseringen i frågor om demokrati, yttrandefrihet, upphovsrätt, konkurrens och integritet.





www.mytenominternet.se

Volante förlag
www.volante.se

© 2012 Volante förlag och respektive författare

Producenter: Simon Brouwers & Olle Grundin

Redaktörer: Pelle Snickars & Per Strömbäck

Översättning: Nina Nilsson

Omslag: Elsa Chiao

Sättning: Sanna Sporrang Form

Tryck: Bulls Graphics, Halmstad

ISBN 978-91-86815-75-2

Första upplagan, första tryckningen.

Boken är utgiven i samarbete med Medieföretagen, en arbetsgivarorganisation för hela mediebranschen. Bland medlemmarna finns dagstidningar inklusive distribution och tryckerier, public service-bolagen, kommersiell radio och tv, bok- och tidskriftsförlag, informationsföretag, reklambyråer, film- och tv-producenter, biografier och nya media. Medieföretagen är ett av sju samverkande förbund i Almega, Sveriges största organisation för tjänsteföretagare och den största förbundsgruppen inom Svenskt Näringsliv.









