

Skräppost blev inte ondsint över en natt

Spam, mänsklighetens kanske minst lyckade kommunikationsform, började på 90-talet som en ganska harmlös form av annonsering men förföll gradvis. Utvecklingen till dagens avart illustrerar något viktigt om internets ekonomiska förutsättningar.

Någon minns säkert tv-sketchen där herr och fru Bun sitter på ett sjavigt kafé – något förvånande tillsammans med ett antal vikingar. De vill äta. Problemet är att på menyn finns i princip bara en enda maträtt, *spam*: "Egg, bacon and spam", "Spam, bacon, sausage and spam", "Spam, spam, spam, egg, and spam". Maken (Eric Idle) ser inga problem utan beställer fogligt. Fru Bun (Graham Chapman) däremot försöker förgäves få något utan spam, men det är stort omöjligt. Och samtidigt utbrister de samlade vikingarna i sång: "Spam, spammy, spam, wonderful spam".

Eftersom historien lär gå igen först som tragedi och sedan som fars, kan man med fördel ta Monty Python till hjälp för att förstå detta med spam, det vill säga skräppost. I den tre minuter långa sketchen yttras ordet "spam" faktiskt fler än 130 gånger. Och spam handlar alltid både om överflöd och kvantitet – liksom om att få något man alls inte bitt om: "I don't like spam", skriker fru Bun förtvivalat.

Begreppet "spam" sägs ha sin upprinnelse i den här tv-sketchen från 1970, men det är oklart om det stämmer, för spam i Monty Pythons tapning har inget med informationsteknologi att göra. Spam var burkar med konserverat kött som under krigsåren hördes till de få livsmedel som inte ransonerades i Storbritannien, vilket gjorde att folk förstas blev ganska trötta på att äta det.

Det är knappast någon överdrift att hävda att vi i dag är ännu fler som är trötta på spam. I skrivande stund har jag fått ett mejl från en viss Mr Donald som söker en "foreign partner" för att överföra inte mindre än 9,5 miljoner dollar, och han förväntar sig förstas en "urgent favorable response" från min sida. Frågan är om det över huvud taget finns något som är lika irriterande som den här typen av fullständigt meningslösa förfrågningar. Skräppost kvalar tveklöst in som ett av mänsklighetens allra minst lyckade försök till kommunikation.

Sedan några år tillbaka består 85 till 90 procent av världens mejltrafik av skräppost. Det är ett kopia-överflöd av information. Som tur är hamnar det mesta i olika mer eller mindre sofistikerade filter. Enbart en bråkdel når fram – och av dessa är det bara någon promille som får (oförstörda) användare att klicka på en länk eller skicka kreditkortsuppgifter. Skräppost är därför på många sätt informationsmållets ständigt hotande skuggsida, en form av anti-kommunikation där nätverkens själva grundidé ställs på huvudet.

Spam är typiskt för vår tid, men information i överflöd är det faktiskt inte. Det är överflöd snarare än knapphet som allt sedan 1500-talet präglat nästan all informationshantering; att det mediehistoriska standardverket på område heter "Too much to know" (av Ann M Blair) är talande. Det är också utifrån specifikt historiska omständigheter som insikten föds att informationsöverflöd bara kan hanteras med maskinell hjälp – i form av svällande kortkataloger, sinnrika mikrofilmsapparater, datorer eller smarta mejlfilter. Överflöd av information har historiskt alltid bemästrats, men bara genom att använda samma tekniska tillvägagångssätt som varit upprinnelsen till problemet. Kortkataloger, datalogen Vannevar Bushs idé om den berömda Memex-apparaten (som skulle lagra all världens vetande) eller Googles omtalade algoritmer är alla lösningar sprungna ur exakt samma erfarenhet av överflöd – men vid olika historiska tidpunkter.

Med skräppostens födelse inträffar dock något

kvantitativt nytt, det menar åtminstone informatikern Finn Brunton i boken "Spam. A shadow history of the Internet (MIT Press, 270 s). Som medicinsk process har tekniken själv ofta levererat lösningen på de problem den alstrat, men med dagens spam är det tveksamt. Tidigare var det emellertid så, för när problemen med skräppost kring millennieskiftet började bli alltför stora hittade man exempelvis på så kallade bayesiska spamfilter. De använde sannolikhetskalkyler och Bayes teorem – det vill säga, sannolikheten för ett utfall givet ett annat utfall – för att filtrera och blockera skräppost.

Metoden handlade, i korhet, om att analysera ordfrekvens i spam och gradvis förfina filtreringsmekanismerna. Filtren fick dock inte göras för strikta, eftersom önskad e-post ("false positives") då riskerade att fastna. Någon promille anses här ofta acceptabelt – men inte mer. Det paradoxala är nämligen att de flesta av oss har en tendens att föredra *filter failure*, det vill säga acceptera skräppost om alternativet är att viktiga meddelanden fastnar. Spamfilter handlar så tillvida om digital tillit. Skräp kan enkelt kastas bort, men centrala meddelanden måste komma fram och får absolut inte försvinna.



Jeremy Jaynes var den första i USA som dömdes till fängelse för att ha skickat ut önskad skräppost. Han fick nio års fängelse 2005. FOTO: LOUDOUN COUNTY SHERIFF'S OFFICE/AP

Isin bok resonerar Brunton på ett snarligt sätt fram och åter kring skräppostens natur. Boken är ställvis elegant och uppslagsrik, men också rörig med en ganska spretig framställning. Generellt delar Brunton in skräppostens historia i tre perioder: från Arpanet till webbens födelse (1971–1994), den kommersiella webbens genomslag (1994–2003), samt spam i algoritmernas tid (2003 till i dag). Den sista perioden behandlar exempelvis det sätt som "spam och antisпам" sedan några år utkämpar vad som närmast kan beskrivas som ett virtuellt krig. Här har virusproduktion, dataintrång, överbelastningsangrepp genom DDos-attacker och organiserade stöld av kreditkortsuppgifter givit upphov till ett slags kriminell infrastruktur. Så kallade botnets utgör här lika läbbiga som centrala noder. Sådana nätverk av infekterade datorer fjärrstyrs inte sällan i syfte att söka igenom webbsidor efter e-postadresser – det är @ maskinerna letar efter – för utskick av önskad skräppost.

Spam utgör en del av denna mer sinistra sida av internet. Digitaliseringsens möjligheter – som vi i Sverige ju ska bli bäst i världen att ta vara på – innefattar alltid också ett teknikumgänge med ljusskygga förtecken. Bruntons digitala skugghistoria flankeras därför av en återkommande rädsla för teknikmissbruk. Redan under Arpanet-tiden på 1970-talet kun-

de exempelvis nätpionjären Jon Postel beklaga sig i dokumentet "On the junk mail problem" över de otillbörliga sätt som de digitala nätverken användes på. Givet dagens diskussion om näthat och anonyma kommentarer online finns det flera skäl att påminna sig om att självreglering i form av en sorts kollektiv övervakning faktiskt var utgångspunkt för hur kommunikation över nätverk skulle gå till, åtminstone om man följer rekommendationer från dåtidens wizards. Beteendenormenterna var outtalade, men de har alltid funnits där. Till exempel var det många i Arpanet-kretsar som upprördes över att Vietnam-protester skickades över nätverk, något som då ansågs som högst olämpligt. "Var konservativ beträffande de meddelanden du skickar, men liberal i dem som du tar emot", var Postels ideal.

Spam associerades under denna första period fram till mitten av 1990-talet framför allt med textmeddelanden som grafiskt tog upp plats och där till stal bandbredd. Den betydelse termen har i dag, daterar Brunton till 1994 då kommersiella budskap plötsligt blev allt vanligare – detta i takt med att HTTP blev standardprotokoll för webben. Men spam blev inte ondsint över en natt, snarare är dess nutidshistoria en berättelse om en sorts gradvis förfall. Spam har främst gått ut på att använda e-post för att locka presumtiva konsumenter med ett eller annat erbjudande. Under andra hälften av 90-talet fanns det faktiskt ett antal halvlegala företag som använde e-post för att genom förenklad annonsering av produkter och online-tjänster pocka på uppmärksamhet. Kostnaderna för sådan mass-annonsering var ringa. För tusen dollar fick man en miljon utskickade meddelanden. Verkningsgraden var marginell – men inte helt försumbar.

Brunton resonerar om hur juridik och nya filter gjorde sådana affärsverksamheter föråldrade, för att sedermera växla över i skräppostens algoritmiska automatisering som en pågående fas. Jag vill dock hävda att det verkligen intressanta med spam just är dess relation till vanlig annonsering; den utgör en avart och därför är den illustrativ. Ur ett marknadsföringsperspektiv är skräppost på många sätt verkningslös annonsering. Icke desto mindre löper historien om skräppost parallellt med skiftande annonseringsstrategier på webben. Flera av de bolag som har dominerat webben det senaste decenniet och etablerat helt nya sätt att använda digital teknik, som Facebook, Google, Youtube eller Twitter, är samtliga baserade på annonsintäkter. Vill man vara illvillig verkar sådana bolag alla inom reklambranschen – och erbjuder en gratis, vidhängande tjänst.

Google får 97 procent av sina intäkter från reklam, och i en av Facebooks senaste kvartalsrapporter senhösten 2013 redovisades reklamintäkter på nästan två miljarder dollar. Den användargenererade webben är en halvkommersiell företeelse, i ekonomiskt hänseende har den alltid utgjort en sorts balansakt mellan fri information och reklam. De flesta av oss accepterar annonser på Google eller i sociala medier. Men upplever vi att det blir för mycket reklam är risken att användarintresset sviktar.

På många sätt baseras alltså stora delar av den nya webbekonomin på ett slags spamlogik, där annonser (om de blir för många eller komplett irrelevanta) riskerar att uppfattas som irriterande skräp. Oftast är det inte fallet. Men det är faktiskt rimligt att anta att genom personifierade informationsflöden så minskar vår personliga acceptansnivå. Annonser i personliga statusflöden på exempelvis Facebook, Twitter eller (smart) Instagram, där man själv knappast valt att följa de företag som skickar sponsrade meddelanden, löper alltså en betydande risk att uppfattas som komplett meningslöst spam.

Pelle Snickars

Pelle Snickars är professor i medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning mot digital humaniora vid Umeå universitet.

SEDAN
1918

Redaktör
Bo Löfven-
dahl (vik)
understrecket
@svd.se

SVD.SE

Läs även "För-
svar för åter-
användning av
digital text" av
Pelle Snickars
(25/2 2012).
svd.se/
understrecket