

Om behoven av

TRANSAKTIONSTRANSPARENS, INFORMATIONSBALANS OCH KÄLLKRITIK SOM MOTVERKAR KUNSKAPSNIHILISM

En rapport från tankesmedjan Digital Utmanings sjätte rådslag: *Filterbubblor, digitala stuprör, det gemensamma samtalet och demokratin*, verksamt under våren och försommaren 2017

Digitaliseringens effekter

De digitala teknikframstegen hyllas ofta och välförtjänt för allt de bidragit med vad gäller mångahanda verktyg för sänkta publikationströsklar, en öppnare diskussion, en mer inkluderande demokrati, snabbare och lättare kunskapsförmedling och ökad tillgänglighet till mänsklighetens samlade kunskapsmassa.

På senare tid har dock informationssystemen fått kritik för att bidra till motsatsen: är det i själva verket så att tekniken bryter ner demokratin, skapar kunskapsförakt och försvårar för folk att få riktiga och relevanta nyheter och sann och användbar kunskap?

Från att framför allt ha omgärdats av positiva och förhoppningsfulla omdömen och fått tjäna som framtidsmotor och central ingrediens i visionsproduktion och del av strategier så har bilden nu nyanserats och komplicerats. Denna nyansering har skett i ljuset av att teknikanvändningen tycks ha fått storpolitiska konsekvenser, även om det är svårt att helt säkert veta hur orsak och verkan hänger ihop.

Filterbubblor

Ett begrepp som kommit att spela en central roll i den nyansering som nu pågår är "filterbubblor". Det är också ett av nyckelorden i tankesmedjan Digital Utmanings sjätte rådslag med titeln *Filterbubblor, digitala stuprör, det gemensamma samtalet och demokratin*. Ordet filterbubbla har en sådan retorisk och pedagogisk kraft att det genast anammades av många, och med många syften. När något sådant händer växer inte bara ordets användning utan också dess betydelse till att infatta en mängd saker och företeelser. Resultatet blev att det nu råder tveksamhet om vad ordet egentligen betyder.

Eli Pariser skrev sin bok *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You* år 2011. Hans TED talk, som filmades samma år och också handlar om filterbubblor, har setts av närmare 4 miljoner tittare. Parisers iakttagelse var att samma sökning med samma sökmotor gav olika resultat beroende på vem som sökte. Sökningen var helt enkelt personlig och anpassad snarare än generisk och intersubjektiv. Anpassningen baserade sig på information som i detta fall sökmotorn hade om den som sökte, och sökmotorn filtrerade helt enkelt

informationen som den släppte fram. Parisers bidrag till den offentliga debatten om informationssamhället var att kalla resultatet för en filterbubbla, en bubbla som spänns upp kring varje person som söker.

Det handlar inte bara om sökning, där den enskilde medborgaren själv explicit väljer att leta efter viss information eller att bortse från annan. Om vi söker efter saker som bara bekräftar den föreställning vi redan har kommer vi att få saker som bekräftar föreställningar vi redan har. Det är hela poängen med sökmotorer, man ska få det man letar efter.

Men filterbubblor kan också handla om att system väljer åt användaren, ibland utan att användare är medveten om det. Nyhetsflöden på plattformar kan till exempel anpassas efter den personliga profilen hos en användare. Denna profil kan bygga på uppgifter som vi har lämnat ut till plattformen, medvetet eller omedvetet, och kan sträcka sig långt tillbaka i tiden. Tips hos bokhandlare bygger på vad du sökt efter eller redan köpt, eller vad någon annan köpt som köpte samma bok som du. Videor som du tittar på genererar förslag på vad du ska titta på nästa gång. Den enkla betydelsen av filterbubbla är alltså att den information som når oss genom digitala kanaler är filtrerad och att filtret skapas av våra digitala avtryck, det vill säga vår aktivitet på nätet.

En mer komplex betydelse av filterbubbla inbegriper också att existensen av denna bubbla får konsekvenser för våra åsikter och kanske i förlängningen våra handlingar. Detta antagande bygger på att informationsinhämtningen på nätet, genom sökmotorer och nätverksplattformar, är så pass omfattande att det helt dominerar och att förekomsten av annan icke filtrerad information inte kan väga upp den digitala filtreringen.

En intressant fråga är om detta bekräftande får några långsiktiga konsekvenser. Det har spekulerats i att de politiska och demokratiska konsekvenserna av detta skulle kunna vara en ökad polarisering där extrema åsikter blir mer extrema.

För att filtreringen på nätet inte ska få oönskade konsekvenser menar vi att kunskap om hur informationssystem som sökmotorer, rekommendationssystem och användarmodellering fungerar borde ingå i utbildningen i digital läskunnighet och vara en del av den obligatoriska undervisningen på alla nivåer.

Så fort man förstår hur sökmotorn man använder väljer vad den visar för just dig, så har man också en möjlighet att värdera resultatet av sin sökning och kompensera.

Kan dålig kunskap om källkritik vara sämre än ingen alls?

Vi tycks befinna oss i ett skede där den gamla typen av informationsinhämtning inte längre tillämpas av den yngre generationen, samtidigt som samma generation inte heller förstår den nya typen av informationsinhämtning till fullo. Om detta stämmer skulle det kunna hänga ihop med vad som ibland kan tolkas som en ökande relativism eller till och med nihilism där allt flyter och ingen kunskap längre är att lita på.

Tidigare gick vi vanligen till någon form av auktoritet när vi ville veta något. Vi frågade våra föräldrar eller våra lärare och därefter gick vi kanske till ett bibliotek eller ett uppslagsverk. Både bibliotek och uppslagsverk ordnar och sorterar information efter olika nycklar och hierarkier. Genom sin materiella form är det möjligt att se böckernas sammanhang där de står på markerade hyllor eller uppslagsordens infogning i olika volymer. Det innebär att båda formerna går att överblicka och värdera i omfattning. Med viss kunskap om själva insamlandet ökar förståelsen av vad som faktiskt är tillgängligt i biblioteket eller i uppslagsverket; kunskap om hur en bok i regel produceras eller hur ett uppslagsverk blir till innebär också en större möjlighet att värdera innehållet.

På nätet ser det delvis annorlunda ut. Det finns liknande strukturer kvar hos förlag eller bibliotek, men det finns framför allt helt nya sätt att söka efter allt mellan himmel och jord. Ett informationssystem har inte inbyggda kriterier för att värdera informationens sanningshalt: sökmotorer och andra liknande system sorterar och väljer texter efter ämnesinnehåll och popularitet, inte efter innehållets relation till omvärlden eller uttalade referensramar. I ett sökresultat kan väldigt olika källor dyka upp i den ordning som sökmotorn definierar som viktig, nämligen relevans för sökfrågan och sökmotorns bild av vad användaren är ute efter.

Även om sökmotorer hela tiden förfinas och utvecklas, så saknas i de nya informationssystemen den manuella sortering som tidigare gjordes av redaktörer, bibliotekarier eller förläggare med i varierande grad gott omdöme

och omsorg om läsaren. Det innebär att man antingen måste söka information som redan är bedömd och hanterad på det sätt som vi känner igen, eller också måste man bli sin egen redaktör och själv i större utsträckning än tidigare bedöma exempelvis sanningshalt och balans i en utsaga.

Denna förändring har lett till att skolbarn i större grad nu undervisas i så kallad källkritik. Men det kan finnas en risk att den källkritiska undervisningen leder till en ökad kunskapsrelativism eftersom den bedrivs på ett alltför ytligt sätt. Visserligen anekdotiska, men många exempel, tyder mycket på att det finns en tendens att eleverna får veta att de ska misstro allt de hittar på internet. Istället för att lära sig hur Wikipedia redigeras och hur de kan värdera informationen de hittar, får de lära sig att misstro alla källor. Resultatet kan bli ett "what-ever", det vill säga en axelryckning gentemot all information. Att den yngre generationen är skeptisk mot den äldre generationens värderingar och normer är varken nytt eller ett problem. Men att även svara på sakinformation och kunskap med inställningen att "man kan ändå inte tro på något" bådär inte gott för ett kunskapssamhälle. God källkritik, som länge varit en hederssak och ett signum för till exempel svensk historisk forskning, syftar ju tvärt om till att verkligen kunna värdera och bedöma vad som går att tro och lita på och därmed bidra till kunskapsuppbyggnad.

Vi menar att undervisning i källkritik i skolan måste vara av en sådan kvalitet och innehålla sådana centrala delar att det inte bidrar till kunskapsrelativism och i värsta fall ren nihilism.

Identifikation och integritet – informationsbalans och transaktionstransparens

"På nätet vet ingen om att du är en hund" var ett talesätt om nätidentitet som myntades redan 1993. Föreställningen att man var anonym på nätet fanns tidigt och byggde delvis på hur tekniken var uppbyggd. Avsaknaden av fysisk kropp i de flesta utbyten på nätet, som alltså var textbaserade, innebar dessutom möjligheten att välja kropp och identitet. Forskning visade så småningom att få utnyttjade denna möjlighet, men den finns i alla fall.

Vad diskussionen om filterbubblor illustrerat är emellertid att aktörer som är verksamma på nätet, stora som små, har enorma mängder information om användarna. Vi vet inte hur mycket information det rör sig om, även om vi kan spekulera. När vi går med i en plattform, en plattform för sociala kontakter till exempel, lämnar vi först bort information när vi skapar våra profiler och därefter kontinuerligt när vi vistas på plattformen genom vad vi läser, gillar och postar. I mindre skala skaffar sig företag som säljer saker lätt information om våra sökningar och våra köp, våra adresser, vårt kön (genom våra namn) och våra kontaktuppgifter. De kan sedan skraddarsy annonser och erbjudanden för att öka vår konsumtion.

Det paradoxala är att det anonyma nätet svämmer över av information om användarna. På en aggregerad nivå och genom ackumulerande system inte bara avslöjas om du faktiskt är en hund, utan också vilket hundgodis du tycker bäst om, trots att du aldrig har berättat det, utan bara sökt efter eller köpt det.

Det är förstås på detta sätt som vissa aktörer på nätet kan tjäna stora pengar på annonser. Denna transaktion är helt ogenomskinlig för användarna som upplever att det mesta de gör på nätet är gratis. Vad de inte vet är att de har betalat genom information om sig själva. Denna brist på transparens i transaktionen är historiskt sett ny. Tidigare visste vi vad vi betalade för ett köp och vad vår valuta var värd. Det vet vi inte i dag.

Vi menar att transaktionstransparens är ett viktigt mål för att göra nätet mer inkluderande och begripligt. Om användare förstår att deras användning oftast inte alls är gratis och att deras information är värdefull kan det fungera som en sorts konsumentmakt. Då blir kunderna i större utsträckning agerande subjekt och inte bara varor, som de tenderar att vara i dag.

Det borde också finnas sätt att avgöra om det är en person (eller en hund) bakom ett inlägg, eller om det är en robot. Den begränsade transparensen när det gäller virala fenomen utgör också en demokratisk risk eftersom saker kan få stor plats utan att särskilt många människor egentligen ägnat det särskild uppmärksamhet.

Det handlar inte bara om teknik

En ökad förståelse för att vår verksamhet på nätet ofta genererar intäkter kan också svälta ut vissa avarter i informationsekonomin. Fenomenet med innehållsproducerande enheter helt utanför de etablerade journalistiska kanalerna, som sprider desinformation eller falska nyheter, skulle möjligen kunna begränsas om kunskapen om dem ökade. Ibland sker spridningen med ett ideologiskt syfte med närmast samhällsomstörtande ambitioner, som exempelvis amerikanska Breitbart som visat sig ha oproportionerligt stort inflytande över hur även breda medier i USA valt att rapportera och skildra samhällsfrågor. Tämigen små aktörer kan genom brister i den digitala transparensen skaffa sig betydande problemformuleringsprivilegier.

Andra gånger är syftet med spridningen av desinformation uteslutande ekonomiskt vilket möjliggörs av att stora läsarskaror innebär stora annonsintäkter. Påhittade nyheter som kombinerar aktuella händelser med fördomar, förutfattade meningar och maximalt nyttjar den mänskliga nyfikenheten kan ha ett högt läsvärde och generera miljoner klick som ger upphovsmännen goda inkomster. Upphovsmännen behöver inte ha några andra motiv än klick och annonsintäkter, de sitter i en källare i en by på södra Balkan och lyckas skaffa sig en rimlig försörjning genom det de själva kanske betraktar som ett gott hantverk.

Att detta är möjligt beror återigen på att det finns villigt annonskapital. Om annonsörerna bojkottar dessa producenter och läsarna sviker så svälter så småningom verksamheten ut. Annonsörernas roll på nätet bör i större utsträckning uppmärksammas och bli en del av en diskussion om offentligheten i takt med att reklampengarnas inflytande ökar.

Tekniken på nätet är anpassad efter de som producerar, inte de som konsumerar

Det blir inte alltid som man har tänkt sig, och ändå ser det ibland ut som om utvecklingen i efterhand följer ett visst mönster. Är man inte kunnig om nätets historia kan man lätt tro att det är resultatet av kommersiella investeringar för att framför allt fungera som en stor marknadsplats. Vad historien lär oss är

emellertid att det är möjligt att ändra, även om det som är rådande just då framstår som mest naturligt.

Tekniken på nätet är i dag anpassad i huvudsak efter de som producerar och inte de som konsumerar. Att dessa två kategorier i själva verket är en och samma, det vill säga prosumenter, är en av nätets stora myter: den övervägande majoriteten är konsumenter på nätet. Och dessa konsumenter skulle alltså kunna ha tillgång till teknik som är anpassad efter deras behov snarare än efter producenternas. Ett problem är att skalbarheten på tekniken är grunden för hur mycket pengar man kan tjäna. Även här är det av betydelse att användarna är kunder eller konsumenter snarare än varor.

Teknik som vi skulle vilja se är:

- Sociala medier som inte ökar Fear of missing out utan istället minskar ängslighet, jämförande och ångest.
- En app som räknar ut vad jag och mina data är värda för en viss tjänst.
- En app som bygger trädstrukturer av argument snarare än listar dem som långa ormar och som därigenom kan minska polarisering och öka perspektivering.
- En app som varnar innan man retweetar något som man själv faktiskt inte håller med om eller gillar. Det vill säga en hjälp att inte dela med sig av en uppfattning man inte delar men som kan vara svår att genomskåda.

Stockholm 2017-06-20

Medlemmar i rådslaget Filterbubblor, digitala stuprör, det gemensamma samtalet och demokratin, har varit:

Nina Wormbs

Nina Wormbs leder rådslaget, hon är dess rådgivare, och är teknik- och vetenskapshistoriker vid KTH. Hennes forskning har fokuserat på medier och teknik, från radions barndom på 1920-talet till dagens digitalisering, men hon har också intresserat sig för mediering av vetenskap, framför allt klimatförändringarna i Arktis. Hon ägnar sig gärna åt samverka med det omgivande samhället genom utredningar, föredrag och text för en bredare allmänhet.

Jussi Karlgren

Jussi Karlgren är forskare i lingvistik, adjungerad professor i språkteknologi på KTH och medgrundare till textanalysföretaget Gavagai. Han är särskilt intresserad av frågor om stilistik och genre och annan språklig analys som har med språkanvändningens funktioner att göra. Han har också engagerat sig i integritetsfrågor och frågor om transparent utformning av interaktiva system.

Jonas Andersson-Schwarz

Jonas Andersson Schwarz är lektor i medie- och kommunikationsvetenskap (Södertörns högskola) och intresserar sig för hur vardagsliv och samhällsstrukturer påverkas av den tilltagande digitaliseringen. Efter flera års forskning om delning och delningssamfund har han på senare tid skiftat fokus mot digitala plattformar som strukturellt fenomen, inte minst den datadrivna medieekologi som dessa möjliggör. Utöver den rena forskningen har han bidragit med insikter åt bland annat den statliga offentliga medieutredningen, Konsumentverket, Internetstiftelsen, Forsman & Bodenfors, Schibsted, SVT, SR samt omvärldsbevakningsföretagen Retriever och M-Brain.

Christian Christensen

Christian Christensen är professor i journalistik vid Stockholms universitet. Hans forskning berör sociala medier som plattform för politisk aktivism och propaganda. Han har också forskat på Wikileaks.

Ewa Thorslund

Direktör för Statens medieråd sedan 2012. Dessförinnan drygt tio år som näringspolitisk expert vid IT&Telekomföretagen vid Almega med ett fokus på dels integritetsfrågor, dels digitalisering och hållbar utveckling. Har parallellt med det även författat ett antal böcker gällande barns och ungas nätvardag. Var mellan 1992 och året då den så kallade IT-bubblan sprack, chef för en IT/FoU-enhet vid dåvarande NUTEK.

Beate Eellend

Beate Eellend är fil.dr. i etnologi och verksam som samordnare för öppen tillgång till vetenskapliga publikationer vid Kungliga biblioteket. Beate har tidigare arbetat som forskningssekreterare med ansvar för humaniora och samhällsvetenskap vid forskningsrådet Formas. Hon har forskat om strukturella omvandlingar, samhällsplanering och urbant vardagsliv, med särskilt fokus på demokrati och delaktighet. Arbetar nu nationellt och internationellt med omställningen till ett öppet vetenskapssystem och relationen mellan vetenskap och allmänhet i det digitaliserade samhället.

Isobel Hadley-Kamptz

Isobel Hadley-Kamptz är opinionsbildare och författare som länge arbetat med frågor om internet och digitalisering. Hon har bland annat varit kommunikationsansvarig på Digitaliseringskommissionen och är i dag ordförande i Dataföreningen.
