



LUND UNIVERSITY

Plattformssamhället

Den digitala utvecklingens politik, innovation och reglering

Andersson Schwarz, Jonas; Larsson, Stefan

2019

Document Version:
Förlagets slutgiltiga version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):
Andersson Schwarz, J., & Larsson, S. (Red.) (2019). *Plattformssamhället: Den digitala utvecklingens politik, innovation och reglering*. Fores.

Total number of authors:
2

Creative Commons License:
CC BY-NC

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

RED.

JONAS ANDERSSON SCHWARZ & STEFAN LARSSON

S - P L A T T F O R M S
- - - - -
S A M H Ä L L E T -
- - - - -

DEN DIGITALA UTVECKLINGENS
POLITIK, INNOVATION
OCH REGLERING



- Wright, J. H. & L. J. Hall (1990) The effects of a 10 day period of waterlogging on the growth of the rice (*Oryza sativa* L.) genotype IR64. *Journal of Agricultural Science, Cambridge*, **115**, 165-174.
- Wright, J. H., L. J. Hall & S. M. M. T. de Wit (1993) The effect of waterlogging on the growth of rice (*Oryza sativa* L.) genotype IR64. *Journal of Agricultural Science, Cambridge*, **121**, 13-20.
- Wright, J. H., S. M. M. T. de Wit & L. J. Hall (1994) The effect of waterlogging on the growth of rice (*Oryza sativa* L.) genotype IR64. *Journal of Agricultural Science, Cambridge*, **123**, 27-34.
- Zar, J. H. (1996) *Biostatistical Analysis*, 3rd edn. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

PLATTFORMSSAMHÄLLET

RED. JONAS ANDERSSON SCHWARZ OCH STEFAN LARSSON

Plattformssamhället

Den digitala utvecklingens politik, innovation och reglering

Redaktörer

Jonas Andersson Schwarz
Stefan Larsson

Fores

Kungsbroplan 2
112 27 Stockholm
info@fores.se
www.fores.se

Tryck: Spektar, Bulgarien 2019
Grafisk formgivning: joakimolsson.se

ISBN: 978-91-87379-53-6

Fritt tillgängligt med vissa rättigheter förbehållna. Fores vill ha största möjliga spridning av de publikationer vi ger ut. Därför kan publikationerna utan kostnad laddas ner via www.fores.se. Enstaka exemplar kan också beställas i tryckt form via info@fores.se. Vår hantering av upphovsrätt utgår från Creative Commons Erkännande-Ickekommersiella bearbetningar 3.0 Unported License (läs mer på www.creativecommons.se). Det innebär i korthet att det är tillåtet att dela, det vill säga att kopiera, distribuera och sända verket, på villkor att Fores och författaren anges, ändamålet är icke kommersiellt och verket inte förändras, bearbetas eller byggs vidare på.



FORES

**DEN DIGITALA UTVECKLINGENS
POLITIK, INNOVATION
OCH REGLERING**

MEDVERKANDE SKRIBENTER

JONAS ANDERSSON SCHWARZ är lektor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Södertörns högskola och intresserar sig för hur vardagsliv och samhällsstrukturer påverkas av den tilltagande digitaliseringen. Efter flera års forskning om delning och nätgemenskaper har han på senare tid skiftat fokus mot digitala plattformar som strukturellt fenomen, inte minst den datadrivna medieekologi som dessa möjliggör.

STEFAN LARSSON är docent i teknik och social förändring vid institutionen för teknik och samhälle på LTH, Lunds universitet och programchef för det digitala samhällsprogrammet på tankesmedjan Fores. Han är jurist och disputerad i såväl rättssociologi som i fysisk planering. Hans forskning är inriktad mot digitalisering, datadrivna marknader och AI, med fokus på tillit, transparens och ansvar.



AMELIA ANDERSDOTTER är dataskyddsexpert, före detta EU-parlamentariker och arbetar med mänskliga rättigheter i tekniska standarder för brittiska organisationen ARTICLE19. I antologin berättar hon om datasäkerhet och digitala plattformar.

HENRIK BLOMGREN är lektor vid KTH och var tidigare programchef på Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) och huvudprojektledare för projektet Framtidens Näringsliv. Han har arbetat med strukturomvandlingsfrågor på ett antal olika sätt, både inom bransch och akademi, och berättar om innovationsmöjligheterna hos digitala plattformar.

FIA EWALD är informationssäkerhetsexpert och tidigare chef för MSB:s enhet för systematisk informationssäkerhet och ger i antologin sin syn på datasäkerhet och digitala plattformar.

MICHAEL FORSMAN är docent i medie- och kommunikationsvetenskap vid Södertörns högskola och har sedan sent 1990-tal även arbetat med lärarutbildning. På senare år har han riktat allt mer fokus på medie- och informationskunnighet (MIK). I boken skriver han om hur samtidens ytliga vurm för lärplattformar riskerar att underminera deras potential för det verkliga lärandet.

ISOBEL HADLEY-KAMPTZ är författare, opinionsbildare och ordförande i Dataföreningen. Hon har de senaste tio åren skrivit mycket om internet, och var tidigare kommunikationsansvarig på Digitaliseringskommissionen. Hon skriver om medieplattformarnas sårbarhet i en starkt politiserad samtid.

JUTTA HAIDER är docent i biblioteks- och informationsvetenskap vid institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet. Hennes forskning är inriktad mot digitala kulturers förändrade förutsättningar för kunskap och information. I denna antologi berättar hon om algoritmer som nyckelbegrepp för att förstå digitala plattformar.



JOCKUM HILDÉN är doktorand i medie- och kommunikationsvetenskap vid Helsingfors universitet och forskar på mediepolitiska frågor, i synnerhet reglering på EU-nivå. Han skriver om den personifiering av medieupplevelsen som plattformiseringen möjliggör, och hur väl den sammanfaller med public serviceuppdraget.

DARJA ISAKSSON är sedan augusti 2018 generaldirektör på innovationsmyndigheten Vinnova. Hon har en bakgrund som entreprenör, och startade sitt första företag inUse 2002. Sedan 2014 har hennes tid främst gått åt till att arbeta med digitaliseringsfrågor i rollen som styrelseledamot och rådgivare och medlare mellan forskningsmiljöer, departement och investerare. I boken diskuterar hon innovationspotentialen hos digitala plattformar.

PÄR LANNERÖ är konsult inom digital hållbarhet på Metamatrix AB. Han har arbetat mycket med digitalisering av offentlig sektor och digital tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Han skriver om infrastrukturella aspekter av plattformiseringen, i synnerhet det samtycke vi som användare ständigt förutsätts ge.

OLOF SUNDIN är professor i biblioteks- och informationsvetenskap vid Lunds universitet, och har forskat och skrivit om de automatiserade sällningar, hanteringar och beräkningar av information som iscensätts av digitala plattformar. Han diskuterar algoritmernas roll i vår gemensamma förståelse av digitala plattformar.



MARINA SVENSSON är kinaexpert, professor och föreståndare för Centrum för Öst- och Sydöstasienstudier vid Lunds universitet. Hennes forskning är inriktad mot det digitala Kina, det kinesiska kulturarvet, mänskliga rättigheter och Kinas mediaekologi. I denna antologi skriver hon om Kinas digitala utveckling och planerna på ett socialt kreditssystem.

JOAKIM WERNBERG är fil.dr i ekonomisk geografi och forskningsledare för ett program om globala megatrender och strukturomvandling vid Entreprenörskapsforum. Han är affilierad till CIRCLE vid Lunds universitet och sitter i Svenska Stadskärnors forskarråd. Hans forskning kretsar kring komplexitet, teknologi och strukturomvandling. I boken skriver han om plattformar som ekonomisk och strukturell företeelse.



INNEHÅLL

	Förord	X
KAPITEL 1	Plattformssamhället En definierande introduktion <i>Jonas Andersson Schwarz och Stefan Larsson</i>	1
KAPITEL 2	I den svarta lådan Plattformsekonomier och digitalisering <i>Joakim Wernberg</i>	22
KAPITEL 3	Plattformisering som innovation Om möjligheter, risker och Sveriges egenart som plattformsbärande nation <i>Intervju med Darja Isaksson och Henrik Blomgren</i>	60
KAPITEL 4	Algoritmernas roll i plattformssamhället Vad är algoritmer, och vad gör dem till så viktiga komponenter i plattformssamhället? <i>Intervju med Jutta Haider och Olof Sundin</i>	90
KAPITEL 5	Plattformar och samtycke Hur vi avtalade bort både det privata och det offentliga rummet – och hur vi kan få dem tillbaka <i>Pär Lannerö</i>	114
KAPITEL 6	Informationsinfrastruktur och informationssäkerhet Outsourcing, plattformar, resiliens <i>Intervju med Fia Ewald och Amelia Andersdotter</i>	152



KAPITEL 7	Public service, plattformar och personalisering Från filterbubblor till rekommenderad mångfald <i>Jockum Hildén</i>	180
KAPITEL 8	Framtiden är redan här Om plattformiseringen av skolan och fostran av framtidens mediemedborgare <i>Michael Forsman</i>	200
KAPITEL 9	Plattformssamhället i Kina Ett övervakningssamhälle i ett eget ekosystem <i>Marina Svensson</i>	230
KAPITEL 10	Digital politik Plattformar för engagemang – men också för bedräglighet och opportunism <i>Isobel Hadley-Kamptz</i>	252
KAPITEL 11	Sju nyanser av transparens Om artificiell intelligens och ansvaret för digitala plattformars samhällspåverkan <i>Stefan Larsson</i>	276
KAPITEL 12	Två policylandskap Hur regleringen av digitala plattformar hanteras i EU respektive USA <i>Jonas Andersson Schwarz</i>	314
KAPITEL 13	Plattformssamhället Slutord <i>Jonas Andersson Schwarz och Stefan Larsson</i>	350



Ser vi framväxten av genuint nya sätt att driva företag och organisera mänskligt arbete och kapital – och vad betyder det för svensk innovationsförmåga? Ser vi samtidigt en mall för teknokratisk styrning och automatiserad administration av samhället, där skalan och hastigheten kräver artificiell intelligens i ett socialt samspel, men vars långtgående effekter må vara omfattande men svåra att helt förutse? Ser vi rentav nya former av monopol? Har framtidens digitala samhällsplanering ett pris som behöver sin insatta politiska diskussion idag, och i sådana fall vad? Vilka lärdomar kan vi dra, i detta avseende, från samtidsutvecklingen i de stora globala maktblocken USA, EU och Kina? Vad får detta för innebörd beträffande vårt lands möjligheter till reglering? Hur bör en önskvärd reglering av den digitala ekonomin se ut och på vilka områden?

I denna antologi har vi bjudit in experter och forskare från en rad olika fält för att analysera betydelsen av det digitaliserade *plattformssamhället*. Vi vill rikta ett stort tack till de forskare som har granskat texterna och därmed bidragit till ackuratess och vederhäftighet. Slutligen ett stort tack till Jan Wallanders och Tom Hedelius stiftelse som har bidragit till finansieringen.

STOCKHOLM DEN 18 DECEMBER 2018,

JONAS ANDERSSON SCHWARZ OCH STEFAN LARSSON

PLATTFORMS SAMHÄLLET

—

—

—

—

—

—

—

—

EN DEFINIERANDE INTRODUKTION



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.

STEFAN LARSSON är docent i teknik och social förändring vid institutionen för teknik och samhälle på LTH, Lunds universitet och programchef för det digitala samhällsprogrammet på tankesmedjan Fores. Han är jurist och disputerad i såväl rättssociologi som i fysisk planering. Hans forskning är inriktad mot digitalisering, datadrivna marknader och AI, med fokus på tillit, transparens och ansvar.

” *En viktig skillnad mellan det öppna internet och plattformarna som ställt sig därpå är att de sistnämnda tenderar att förstärka sin position i relation till mindre aktörer som är beroende av plattformsstrukturen.*

NÄR VI I dagligt tal pratar om DIGITALA PLATTFORMAR syftar vi i regel på ett förhållandevis nytt fenomen: kommersiella datadrivna aktörer vars affärsidé är att med hjälp av internetteknik koppla ihop köpare och säljare direkt med varandra, och därtill kontinuerligt logga all den data som detta ger upphov till. Detta har framför allt revolutionerats genom dels den mobila internettekniken, där geografisk position och annan sensordata kan användas på kommersiellt gångbara sätt, de ls framväxten av en internetinfrastruktur där individers faktiska identitet säkras och deras beteendedata loggas. Begreppet plattformar kommer ursprungligen ur den tekniska litteraturen, där det har använts om exempelvis operativsystem, men har i och med de senaste årens utveckling kommit att bli synonymt för allsköns databaserade tjänster. Det är viktigt att analysera och teckna den maktordning det innebär och den samhälleliga betydelse det får när en handfull plattformsbaserade företag (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) fått enormt stort globalt inflytande – i boken kallar vi dessa för megaplattformar – och när mindre, nyare plattformsföretag ibland konkurrerar med dessa, men i många avseenden är beroende av dem, såsom

när mindre plattformsföretags appar måste godkännas av Apples App Store eller Google Play för att över huvud taget kunna fungera. Det geopolitiska upplägget är en central fråga, som leder till ett behov av att förstå det nordamerikanska ursprungets betydelse för de största plattformsföretagen, där USA:s politik och reglering är en faktor som får effekter även i Sverige, och där EU-reglering – främst konkurrensrätten, dataskyddsförordningen GDPR och nu senast upphovsrättsdirektivet – har lett till omfattande debatt. På samma vis är det viktigt att blicka åt den kinesiska digitaliseringen och vad det kinesiska plattformssamhället har för specifik karaktär, med auktoritativ statlig inblandning, världens största interna marknad och snabbt växande internetjättar som Baidu, Alibaba och Tencent.

Vilken sorts SAMHÄLLSEFFEKTER får det när allt fler samhällssektorer och branscher domineras av plattformsbaserade aktörer? Observationen, ursprungligen av Tom Goodwin, är sliten vid det här laget: Världens mest populära medieföretag (Facebook) blev det utan att skapa medieinnehåll, världens största taxibolag (Uber) blev det utan att äga några bilar, världens mest värdefulla butik (Alibaba) blev det utan att äga egna lager, och världens i praktiken största hotellföretag (AirBnb) blev det utan att äga fastigheter. Visst rör det sig om genuint nya sätt att driva företag och organisera mänskligt arbete och kapital – men ur ett samhällsbärande perspektiv är det följdfrågorna som är viktigt: Är *plattformisering* en mall för teknokratisk styrning och administration av samhället vars långtgående effekter är omfattande men svåra att helt förutse – och hur ser i sådana fall dessa effekter ut? Vem gynnas egentligen mest av de nya styrsystem som dessa plattformar i praktiken utgör: Nya innovatörer och entreprenörer (som ser möjligheter att bygga oväntade, vinnande plattformar), de ledande globala internetföretagen (med stor marknadsdominans inom flera områden), användarna (som åtnjuter drastiska ökningarna i effektivitet och utbud), eller myndighetsväsendet (som har fått i teorin perfekta system för övervakning och formalisering)? Viktiga frågor – vilka föranleder kanske ännu mer brännande frågor: Vem missgynnas, och i sådana fall hur? Får enskilda

plattformsaktörers marknadsdominans osund inverkan på konkurrens- och innovationsklimat? Avhändas våra nationella myndigheter, fack- och branschorganisationer handlingskraft när nationsgränsöverskridande plattformsaktörer organiserar om samhället? Eftersom de datadrivna plattformsaktörernas värde i mycket bygger på att samla in och förvalta personuppgifter – utgör de i själva verket en ”övervakningsekonomi”, som vissa kritiker vill mena? Hur ska vi se på transparensfrågan? Har transparensen ökat genom användarnas möjligheter till att ställa in personliga preferenser eller har den minskat genom att den hemlighetsfulla företagskulturen gör att plattformsaktörerna bara visar upp vad de själva har nytta av att visa upp?

På senare tid har det därför i både amerikansk och europeisk samhällsdebatt börjat riktas allt mer uppmärksamhet mot plattformsföretag i allmänhet och megaplattformarna i synnerhet. Det är inte helt oväntat, då de frågor där den tekniska omvälvning som dessa företag driver på också seglat upp som några av vår tids tyngsta samhällsfrågor: AUTOMATISERING, OJÄMLIKHET, TILLIT, INTEGRITET och SÄKERHET. Inom samtliga dessa frågor spelar plattformsgiganterna helt centrala roller – inte sällan som bovarna i dramat, inte bara enligt vänster- och högerpopulister utan även enligt ett växande flertal liberala opinionsbildare, där inte minst tendenserna till monopol kommit att ses som djupt bekymmersamma. Många värjer sig mot ett ”Big Tech” som åtnjuter korssubventionering och prisdumpning samt dolda synergieffekter; det vore en hämsko för konkurrens och innovation, menar de, likväl som för medborgerlig välfärd och rättvis fördelning. Samtidigt finns det dem som omfattar den effektivisering och ”sömlöshet” som uppstår när samma aktörer finns på många ställen i marknadens ekologier och när gemensamma standarder och valutor förbättrar transaktionsmöjligheterna. Därmed går åsikterna isär beträffande hur regleringen *de facto* borde se ut, om den borde ske i form av tvingande lagstiftning och myndighetsinblandning, genom stimulans av privata tredjepartsaktörer, eller genom olika former av självreglering bland plattformsgiganterna – eller på nya, tidigare oprövade vis. Flera av dessa frågor adresseras i denna antologi,

innebär det att arbete enklare kan förmedlas mellan individer och med färre mellanhänder.¹

Men i en samtid där det huvudsakligen är vinstmaximerande kommersiella företag som erbjuder de mest framgångsrika plattformarna för digitalt resursutnyttjande så är begreppet delningsekonomi ett alldeles för oprecist och därtill okritiskt begrepp. Bättre då att diskutera det som utgör fenomenets ”katalysator och minsta gemensamma nämnare” – den INTERMEDIÄRA PLATTFORMEN som sådan. Detta gör det möjligt att fortsättningsvis tala om PLATTFORMSEKONOMIN i stort, olika sorters PLATTFORMSBASERADE MARKNADER och rentav ett PLATTFORMSSAMHÄLLE.

Intermediära plattformar har varit ett begrepp inom näringslivet och tekniksektorn i minst ett decennium, men har de senaste åren kommit att figurera även i den allmänna debatten. I snäv bemärkelse är en plattform en mjukvarubaserad, ibland även hårdvarubaserad digital infrastruktur avsedd för att användare antingen ska tillämpa datorkod på den (det vill säga, köra applikationer på den eller hämta data från den) eller tillämpa mänskliga handlingsmönster på den (handlingsmönster som likt datorprogram är tydligt avgränsade, formaliserade och mallade utifrån plattformens utformning). I rapporten som citeras ovan postuleras att plattformslösningar kommer att möjliggöra förvisso konceptuellt enkla men i flera avseenden nya tillvägagångssätt vid förmedling och organisering av exempelvis arbete:

I DEN INTERMEDIÄRA plattformen antas det finnas en stor teknisk, men kanske främst organisatorisk innovativ potential. Potentialen ligger i att plattformen nyttjas för att minska transaktionskostnader på diverse marknader, vilket innebär att de kostnader som tillkommer när en transaktion mellan två parter ska förmedlas och genomföras kan minska. Detta görs ofta genom att renodla rollen som arbetsfördelare och marknadsplats, men kan även innebära att förfaranden

1 (Söderqvist 2016: 4)

en tydlig risk för så kallat "absentee ownership" där de sociala och moraliska dimensionerna av mellanmänskligt utbyte urholkas eller åsidosätts när transaktioner administreras från fjärran av en storskalig, automatiserad och centraliserad förmedlare. Småskaliga utbyten kännetecknas ju ofta av moraliska kontrakt där aktörerna sällan ges incitament att lura varandra eftersom alla är beroende av sitt ömsesidigt goda anseende. Men dramatiska skiften i den ekonomiska infrastrukturen kan skapa kriser för detta moraliska kontrakt människor emellan och skada legitimiteten i de kommunikativa och ekonomiska utbyten som försiggår. Kanske är detta precis vad som håller på att hända – inte bara i den ekonomiska sfären, men också i det politiska meningutbytet där plattformsinfrastrukturerna tycks möjliggöra för illvilligt sinnade aktörer att få gehör och hastigt ha kunnat flytta fram sina positioner.

Det är därför av intresse att studera VILKEN TYP AV AFFÄRSMODELL som ligger till grund för en plattforms tillväxt eller förvaltande, och i vilken mån och på vilket sätt en specifik digital plattform är KOMMERSIELL. Att samla in och använda sig av rika mängder personuppgifter, ofta insamlade via tjänster som är gratis för användarna, ses ofta som kärnan i den digitala ekonomin och grunden för den nytta och det mervärde som individualiserade tjänster kan ge konsumenten i termer av matchning och individuell relevans. Att samla in individens demografiska information, internetbeteende, kontaktnät, köpmönster med mera ligger därför ofta till grund för det monetära värde som en digital plattform i förlängningen ger – via handel med informationen, byggandet av konsumentprofiler, riktad reklam och så vidare. Ur ett transparensperspektiv innebär tillväxten av storskaliga konsumentprofilerare, så kallade DATAMÅKLARE, en stor utmaning för konsumenterna, dels då de datadrivna marknaderna är så komplexa att de i praktiken är oöverblickbara, dels då rådande aktörer sällan är tillräckligt tydliga och öppna med vilken data som samlas in och hur den används. Om vi inte visste detta förut så blev det uppenbart under våren 2018 när det avslöjades att det brittiska analysföretaget Cambridge Analytica hade samlat in enorma mängder information om Facebook-användare som sedan, enligt uppgift, använts för att bland annat skraddarsy information

i Brexit-omröstningen liksom i det amerikanska presidentvalet 2016. Betydelsen av det värde som individers data representerar diskuteras och problematiseras ibland i termer av att personuppgifter verkar som betalningsmedel för tjänster som i övrigt kan uppfattas som gratis. Kritiska röster från digitala medieforskare har riktats mot hur affärsmodellen för exempelvis YouTube kan premiera radikala, klickstimulerande videos, och därmed bidra till ett slags sensationalism, men också mot att Facebooks affärsmo- dell och brist på transparens i de riktade reklamköpen med så kallade dark posts sannolikt bidrog till att vilseleda väljare i USA:s presidentval 2016.

En annan tänkvärd aspekt av utvecklingen mot plattformslösningar är när företeelser som tidigare har varit LÄGGRADIGT DIGITALISERADE (till exempel taxiresor, hemleveranser, uthyrningar av boende, försäljning av begagnade varor mellan privatpersoner) i ALLT HÖGRE GRAD BÖRJAR FÖRMEDLAS DIGITALT. Detta beskrivs också ibland som en trend, med exempel som att Amazon köpte upp matvarukedjan Whole Foods, att olika aktörer utvecklar drönarleveranser och så vidare. En digital plattform automatiserar marknadsutbyten och förmedlar socialt handel- lande – men i samma stund som relationer sker digitalt på en plattform tvingas de ske utifrån en mjukvarustyrd mall och kommer därtill att lämna mätbara spår i form av data.

VAD ÄR DÅ INTE EN PLATTFORM?

EN PLATTFORM ÄR inte vilken mjukvara som helst. Ibland används begreppet felaktigt för att beskriva integrerade uppsättningar mjukvaru- produkter som syftar till att leverera vertikalt integrerade tjänster eller produkter. Då saknas både den ekonomiska egenskapen ovan, att olika marknader kopplas ihop, och den tekniska aspekten, att systemet tillåter tredjepartsaktörer att bygga nya funktioner på det. En nätbutik där innehavaren säljer produkter från sitt eget lager är således ingen



plattform. Vad gäller Amazon kan vi observera att detta företag faktiskt började som en linjär nätbutik; det man erbjöd var knappast att betrakta som en plattform. Men med *Amazon Marketplace*, där tredjepartsförsäljare bereds utrymme att marknadsföra sina produkter via Amazons digitala handelsplats mot en procentuell avgift, är företaget en plattformsaktör – och likaså med *Fulfilment By Amazon*, där tredjepartsförsäljare får hyra in sig i Amazons infrastruktur för lager och distribution, samt *Amazon Web Services*, där webb-användare får hyra utrymme på Amazons omfattande globala infrastruktur för webbservrar.

Huruvida Netflix är en plattform kan diskuteras. I strikt teknisk bemärkelse finns forskare som menar att så kallade OTT-tjänster (“over the top” – tjänster som ligger ovanpå internets grundläggande infrastruktur) är i huvudsak linjära och inte rimligtvis bör ses som plattformar, då möjligheterna är begränsade för användare att inbördes interagera eller bygga nya tredjepartstjänster ovanpå tjänsten i fråga.³ I ekonomisk bemärkelse kan dock tjänster som Netflix och Spotify betraktas som flersidiga marknader av stort analytiskt intresse i relation till de marknader de verkar på, inte minst i spänningsfältet mellan reglering, innovation och legitimitet.⁴

Som Gillespie nyligen argumenterat⁵ är PLATTFORMSMETAFOREN på många sätt vilseledande; den riskerar att få saker att verka mer ordnade och solida än vad de är, och den förleder en att tro att det rör sig om jämna, odifferentierade ytor för marknadsutbyten, när somliga aktörer i själva verket kan ha helt andra villkor än andra, även på en digital plattform. Formellt sett må alla ha samma möjligheter att nå ut, men i praktiken gynnas somligt (och därmed somliga) medan annat missgynnas. Därtill: Vem äger ytan på vilken de agerar, och i vilket intresse och med vilka avsikter erbjuder denne ägare denna yta? Det är sådana frågor som den här boken avser att nysta i.

3 Snickars et al. (2018). Se Hildéns kapitel i denna volym för vidare diskussion.

4 Se exv. Fleischer & Snickars (2017). För en analytisk jämförelse av entreprenörskap och legitimitet mellan Spotify, Skype och The Pirate Bay, se Palmås et al. (2014).

5 Gillespie (2017)

den delen, andra plattformar) ovanpå, men inte alla. En viktig skillnad mellan det öppna internet och plattformarna som ställt sig därpå är att de sistnämnda tenderar att förstärka sin position i relation till mindre aktörer som är beroende av plattformstrukturen. 2012 köpte exempelvis Twitter upp mjukvaruklienten Tweetdeck, vilket försvårade för andra Twitterklienter, och 2014 köpte Twitter upp dataleverantören Gnip som förmedlar arkiverade tweets. Facebook har i skrivande stund köpt upp över 70 företag, inklusive konkurrenter som Instagram och WhatsApp, och Googles moderföretag Alphabet har köpt upp över 200 företag, inklusive mobiltelefon tillverkaren Motorola och GPS-tjänsten Waze. Tidiga uppköp av företag som DoubleClick och YouTube har starkt bidragit till Googles rådande marknadsdominans inom mediesektorn.

Den innovativa potentialen behöver därför ställas mot andra värden, som inte alltid är förenliga. Ett bra exempel är den fristående mjukvara många av oss gjort oss betjänta av, så kallade appar, som var och en måste godkännas av Apple och Google för att få lov att köras på deras respektive operativsystem. Megaplattformarnas appbutiker, Apples App Store och Googles motsvarighet Google Play, fungerar som portaler för andra aktörer att presentera sina appar genom – en absolut omistlig knutpunkt för det digitala ekosystemet, då mindre, nyare plattformar som Uber fungerar genom specialiserade appar som var och en måste godkännas av megaplattformarna. Att göra gränsdragningar beträffande policy och hur denna sedan implementeras har i vid flera tillfällen visat sig ha problematiska konsekvenser. Apple har i sitt bestämmande över vilka appar som ska tillåtas i App Store kritiserats för att stoppa eller obstruera konkurrenters appar, att vara inkonsekventa eller rakt av felaktiga i sin bedömning av olika appar.⁸ Apples strikta bestämmande över App Store innebär förvisso en kvalitetsstämpel beträffande de appar som tillåts, inte minst vad gäller funktionaliteten, men också att lokala eller nationella innovationer på området är beroende av Apples policy och implementeringar på sätt som inte alltid är förutsägbara: I juni 2016 genomförde Apple uppdateringar

8 Detta utvecklas bl.a. av Gillespie (2018a: 84–85).

i tillämpningen av sin användarpolicy för App Store, vilket kom att betyda att appar som var beroende av appen BankID, en e-identifikationstjänst som används av miljontals svenskar för att överföra pengar, betala räkningar och använda myndigheternas e-tjänster, tillfälligt suspenderades. Appar som använder BankID som enda inloggningsmöjlighet, exempelvis Swish, ansågs strida mot Apples regler. En våg av oro och upprördhet sköljde genom den svenska tekniksektorn, och Apples huvudkontor valde att snabbt agera genom att återigen tillåta ett undantag för BankID-appen.⁹ Detta visar på en beroendenaspekt av det plattformssamhälle vi lever i, med avseende på SAMHÄLLSSKYDD OCH BEREDSKAP: Sveriges funktionsduglighet som IT-nation är i praktiken beroende av amerikanska multinationella plattformsföretag, och det godtycke med vilket de tillämpar sina egna användarvillkor. Detta kan vara problematiskt, både vad gäller rättssäkerhet och geopolitik – inte minst om vi beaktar vad som händer när plattformsföretag ges sådana möjligheter till infrastrukturell styrning och övervakning i regimer som inte är demokratiska, såsom exemplet Kina. I ljuset av vårt nyssnämnda exempel BankID kan vi samtidigt notera att tjänsten på många sätt ger svenska organisationer *mer* utrymme att diktera villkoren för e-identifikation (exempelvis för inloggning till myndighetstjänster) jämfört med att till exempel använda Facebook för liknande ändamål.

Det är viktigt att identifiera den jämförelsevisa GRADSKILLNAD MELLAN AKTIV OCH PASSIV FÖRMEDLING som en digital plattform kan ha jämfört med en annan infrastruktur. När kod blir lag blir systemet också styrande på mer konkreta, ”hårda” sätt än enbart genom socialt förhandlade, ”mjuka” normer. Traditionell policy, det vill säga lagstiftning, kan också föreskriva ett visst beteende, men implementeringen av föreskriften sker på ett annat, mindre binärt tillämpat, vis. Visst har även analoga rum och miljöer tydliga gränser för vad som går och inte går att göra – vissa gränser högst konkreta och oöverstigliga, andra av mjukare,

9 Apples generella användarpolicy för aktörer som vill placera mjukvara på App Store är att en app inte får vara beroende av andra appar, något som teoretiskt sett skulle förbjuda appar som Swish, vilka ju är helt beroende av mobilt BankID för att kunna fungera. Jfr. Andersson Schwarz (2017) för en systemteoretisk kommentar.

mer förhandlingsbart slag. Gränserna ser olika ut i digitala och analoga rum, liksom de gör mellan olika digitala rum och olika analoga rum. Med plattformar blir styrningen av ett påfallande proprietärt och centralstyrt slag. Därför blir det viktigt, inte minst ur policysynpunkt, att fråga: Vad kan regleras enväldigt av en aktör? När blir centralstyrningen problematisk för innovativa utmanare eller andra samhällsvärden? Bör stora plattformsföretag ges möjlighet att ensamma agera domare, jury och bödel? Även om effektivitetsvinsterna må vara stora, är det verkligen förenligt med liberala värden?

En annan aspekt är att användarna i många avseenden utgör "inputs" till systemet, i och med att deras deltagande skapar värde för systemet som helhet (dels för andra användare, dels för ägaren av den digitala plattformen). Digitala plattformar är alltså inte bara mjukvarubaserade medier, de är STYRSYSTEM som fällar in användarnas handlande i förutbestämda kodsystém och mallar och extraherar ekonomiskt värde ur detta handlande. De stöper om marknader (sociala, ofta delvis informella nätverk av utbyten som inte nödvändigtvis lämnar dataspår) till konkret materiell infrastruktur (systemtekniska, formaliserade arrangemang där all aktivitet kan loggas). De DATASPÅR som skapas blir lagrade – och ackumuleras i en ständigt ökande ansamling av beteendedata.

En förutsättning för den SKALBARHET som ofta lyfts som de digitala plattformarnas innovativa fördel är att sortering och matchning AUTOMATISERAS. Det betyder att varianter av ARTIFICIELL INTELLIGENS (AI) i allt högre grad blir ett verktyg för styrningen av administreringen av plattformarna, framförallt MASKININLÄRNING som används för att träna upp ALGORITMER på de stora datamängderna. För megaplattformarna är det en nödvändighet, när användarbasen utgörs av flera miljarder med åtskilliga interaktioner varje dag – och för mindre startups, inklusive svenska, är denna potentiella skalbarhet en viktig komponent i ambitionen att kunna sikta på en internationell marknad relativt tidigt. Utmaningarna är dock stora, kanske speciellt i normativa sammanhang där plattformarna behöver ta ställning till vad som ska tillåtas eller

digitaliseringsinriktade forskare med sådan emfas lyfter fram? I denna antologi samsas skribenter från såväl innovationsmyndigheter som journalistiken med en god blandning av konstruktivt kritiska och vederhäftiga forskare – humanistiskt, samhällsvetenskapligt såväl som ekonomiskt inriktade – med expertis inom skilda fält (reglering, innovation, medier, algoritmer och Kina).

Avsikten med boken är att försöka gå på djupet i frågor av det här slaget. Vi har bjudit in en rad sakkunniga som tidigare har skrivit och forskat om de här frågorna, i syfte att väcka frågor som problematiserar plattformisering som samhällsfenomen. Genom att väcka en rad frågor med hjälp av dessa experter, som alla har ett kritiskt resonerande förhållningssätt men där flera har en i grunden positiv inställning till de rådande plattformsföretagen, hoppas vi att boken lyckas betrakta plattformiseringen från så pass många synvinklar att intressanta nya brytningar sker. Därför är det av stor vikt för oss att bokens bidrag väger olika aspekter mot varandra, i en resonerande och förnuftig anda.

Boken går att dela in i två sektioner; den första sektionen introducerar digitala plattformar som begrepp och öppnar upp den breda tematik där INNOVATIONSPOLITIK, ALGORITMISK SORTERING, INFORMATIONSFRASTRUKTUR och INFORMERAT SAMTYCKE är de bärande begreppen. I bokens andra del fördjupas resonemangen i form av enskilda fallstudier; en om personaliserade medieupplevelser och public service, en om skolans utmaning att parera lärplattformarnas kommersiella logik med uppgiften att stärka elevernas kritiska mediekunnskap, en om plattformssamhället i Kina, och en om de digitala medieplattformarnas tveeggade natur där möjligheter till politiskt engagemang också ger möjligheter till bedräglighet och opportunist.

Ett genomgående tema är frågeställningen om hur vi som samhälle kan dra nytta av de många fördelar plattformar ger, och samtidigt klara av att hantera de skadliga effekter och de nya sårbarheter som byggs in i dessa infrastrukturer. ■



REFERENSER

- Andersson Schwarz, J. (2016). "Delningslogik och plattformisering". I: SOU 2016:30, s. 133–163.
- Andersson Schwarz, J. (2017). "Platform Logic: An Interdisciplinary Approach to the Platform-Based Economy". *Policy & Internet* 9(4): 374–394.
- Caplan, R. & d. boyd (2018). "Isomorphism through algorithms: Institutional dependencies in the case of Facebook". *Big Data & Society*, January–June 2018: 1–12.
- Caplan, R., Donovan, J., Hanson, L. & Matthews, J. (2018). *Algorithmic Accountability: A Primer*, NYC: Data & Society.
- Dolata, U. (2017). *Apple, Amazon, Google, Facebook, Microsoft: Market concentration-competition-innovation strategies* (No. 2017-01). Stuttgarter Beiträge zur Organisations-und Innovationsforschung, SOI Discussion Paper.
- Eckhardt, G.M. & F. Bardhi (2015). "The Sharing Economy Isn't About Sharing at All". *Harvard Business Review*. 28 januari. <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>
- Fleischer, R., & Snickars, P. (2017). "Discovering Spotify–A Thematic Introduction". *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 9(2): 130-145.
- Gillespie, T. (2017). "The Platform Metaphor, Revisited". Blogginlägg, Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft, 24 augusti. [HTTPS://WWW.HIIG.DE/EN/THE-PLATFORM-METAPHOR-REVISITED/](https://www.hiig.de/en/the-platform-metaphor-revisited/)
- Gillespie, T. (2018a). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Gillespie, T. (2018b). "The Logan Paul YouTube controversy and what we should expect from internet platforms. When users abuse a platform, who is responsible?" *Vox*, 16 januari. [HTTPS://WWW.VOX.COM/THE-BIG-IDEA/2018/1/12/16881046/LOGAN-PAUL-YOUTUBE-CONTROVERSY-INTER-NET-COMPANIES](https://www.vox.com/the-big-idea/2018/1/12/16881046/logan-paul-youtube-controversy-inter-net-companies)
- Goodwin, Tom (2015) "The Battle Is For The Customer Interface". *TechCrunch*. 3 mars. <http://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/>
- Jenkins H.; S. Ford & J. Green (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Kitchin, R. (2014). *The Data Revolution. Big data, open data, data infrastructures and their consequences*, SAGE.
- Larsson, S. (2018). "Algorithmic Governance and the Need for Consumer Empowerment in Data-driven Markets". *Internet Policy Review* 7(2):1–12.
- Larsson, S. (kommande). "Artificiell intelligens som normativ samhällsutmaning: partiskhet, ansvar och transparens" i Banakar et al., red. (2019)

Larsson, S. (2017). "Digital konsumentprofilering. Stora data, prediktiv analys och policyutmaningar". I: Sandberg, A. (red.) *Kunskapsöversikter inom det konsumentpolitiska området*, Konsumentverket. 2017:1.

Larsson, S. (2013). "Sociology of Law in a Digital Society – A Tweet from Global Bukowina". *Societas/Communitas* 15(1): 281–295.

Larsson, S. & Ledendal, J. (2017) *Personuppgifter som betalningsmedel*, Karlstad: Konsumentverket. 2017:4.

Lessig, L. (2006). *Code version 2.0*. New York: Basic Books.

Mayer-Schönberger & Cukier (2013). *Big Data – A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*, Boston and New York: Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt.

Naidu, S.; E.A. Posner; G.E. Weyl (2018). "Antitrust Remedies for Labor Market Power" (February 23, 2018). Harvard Law Review, kommande; University of Chicago Coase-Sandor Institute for Law & Economics Research Paper No. 850; U of Chicago, Public Law Working Paper No. 665.

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How search engines reinforce racism*. NYU Press.

Palmås, K., J. Andersson Schwarz & S. Larsson (2014). "The Liability of Politicalness: Legitimacy and Legality in Piracy-proximate Entrepreneurship". *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22(4): 408-425.

Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Harvard University Press.

Pasquale, F. (2018). "Tech Platforms and the Knowledge Problem". *American Affairs*, II:2. [HTTPS://AMERICANAFFAIRSJOURNAL.ORG/2018/05/TECH-PLATFORMS-AND-THE-KNOWLEDGE-PROBLEM/](https://americanaffairsjournal.org/2018/05/tech-platforms-and-the-knowledge-problem/)

SOU 2017:26 *Delningsekonomi på användarnas villkor*.

Söderqvist, F. (2016). *Plattformsekonomi och den svenska partsmodellen*. Rapport från Unionen.

Turow, J. (2006). *Niche Envy*. Cambridge, MA: MIT Press.

Vaidyanathan, S. (2017). "Facebook Wins, Democracy Loses". Op-ed i *The New York Times*, 8 september. [HTTPS://WWW.NYTIMES.COM/2017/09/08/OPINION/FACEBOOK-WINS-DEMOCRACY-LOSES.HTML](https://www.nytimes.com/2017/09/08/opinion/facebook-wins-democracy-loses.html)

van Dijck, J.; T. Poell & M. de Waal (2018). *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.

Zittrain, J. (2008). *The future of the Internet*. London: Allen Lane.

I
DEN SVARTA
LÅDAN

—

—

—

—

—

—

—

PLATTFORMSEKONOMIER OCH DIGITALISERING

—

—

—

—

JOAKIM WERNBERG är fil.dr i ekonomisk geografi och forskningsledare för ett program om globala megatrender och strukturomvandling vid Entreprenörskapsforum. Han är affilierad till CIRCLE vid Lunds universitet och sitter i Svenska Stadskärnors forskarråd. Hans forskning kretsar kring komplexitet, teknologi och strukturomvandling.

INTRODUKTION

DIGITALA PLATTFORMSFÖRETAG, DET vill säga företag som driver digitala flersidiga plattformar, är föremål för en tilltagande debatt. Det som diskuteras är bland annat hur de tjänar pengar, att de blir för stora samt vilken roll de tar eller borde ta i ekonomi och samhälle.¹ Utmärkande för dessa diskussioner är att plattformarnas kärna – plattformsekonomi – ofta reduceras till en "svart låda" som figurerar vagt i bakgrunden. Det betyder att två viktiga frågor blir förbisedda:

Vad är en plattformsekonomi och hur skiljer sig plattformar från andra affärsverksamheter?

Varför intar flersidiga plattformar en mer central roll i en digitaliserad ekonomi?

Digitala plattformar utmanar redan den rådande ordningen inom flera delar av samhället. Det har föranlett en rad olika diskussioner som både

1 Plattformsekonomi avser inte någon beskrivning av ekonomin i sin helhet, utan den underliggande dynamiken inom en flersidig plattform. Ett plattformsföretag är därmed ett företag som driver en flersidig plattform.



handlar om enskilda plattformsföretags agerande och om utvecklingen inom olika delar av ekonomin. Till exempel kan det handla om hur delningsekonomin påverkar arbetsmarknaden eller hur sociala nätverksplattformar hanterar användardata. Samtidigt som var och en av dessa diskussioner förtjänar att fördjupas riskerar plattformarnas övergripande egenskaper att hamna i skymundan till fördel för avvägningar inom enskilda sektorer. Med andra ord är risken att man inte ser skogen för alla träden. De digitala plattformarna är inte begränsade till ett fåtal branscher utan påverkar ekonomin i sin helhet och behöver därför belysas även ur ett övergripande perspektiv. På så vis blir det dessutom enklare att förstå och relatera de mer avgränsade och branschspecifika diskussionerna till varandra. Avsikten med detta kapitel är därför att lyfta blicken och fokusera på gemensamma nämnare för digitala plattformar i hela ekonomin. I synnerhet tydliggörs särdragen hos de digitala plattformarna som en kombination mellan plattformsekonomi och digitalisering.

Digitala plattformar skiljer sig väsentligt från många av de traditionella företag de till synes konkurrerar med både i termer av hur de är organiserade och vad de säljer. Ibland har Uber och Airbnb provocativt beskrivits som världens största taxibolag och hotellkedja trots att de inte äger vare sig taxibilar eller hotellrum, men vad betyder det egentligen? Koncurrerar Google med tidningsutgivare om läsare bara för att de konkurrerar om annonsörer? Och måste småföretagare med egna butiker konkurrera med Amazon? Ett av huvudargumenten i detta kapitel är att det finns betydelsefulla skillnader mellan plattformar och andra typer av företag som innebär att de inte enbart konkurrerar utan även kan dra nytta av varandra.

Vid en första anblick kan det tyckas som om flersidiga plattformar har vuxit fram som en konsekvens av digitaliseringen, men så är inte fallet. Tvärtom utgör plattformsekonomier sedan lång tid tillbaka nyckelkomponenter i stora delar av ekonomin.² Det fanns flersidiga platfor-

² Evans (2003)

Kapitlet är uppdelat i ytterligare fyra delar. I det andra avsnittet behandlas plattformsekonomier och vad som skiljer flersidiga plattformar från andra typer av företag. Det tredje avsnittet handlar om plattformsekonomier i en digitaliserad ekonomi. Särskilt lyfts två delar av digitaliseringen fram – ökande informationsflöden och stora decentraliserade nätverk – och sätts i relation till plattformsekonomier. I det fjärde avsnittet ges en sammanfattning av den roll digitala plattformsekonomier spelar idag och hur de påverkar olika delar av ekonomi och samhälle. I det avslutande avsnittet beskrivs tre övergripande faktorer som på olika vis påverkar vilken roll digitala plattformsekonomier kommer att spela i framtiden.

VAD ÄR EN FLERSIDIG PLATTFORMSEKONOMI?

ÄVEN OM PLATTFORMSEKONOMIER i praktiken inte är något nytt fenomen var det först under tidigt 2000-tal de fick någon större uppmärksamhet i forskningen. Ekonomerna Jean-Charles Rochet och Jean Tirole skrev en vetenskaplig artikel där de introducerade en modell för hur tvåsidiga plattformar måste attrahera tillräckligt många kunder till båda sidor för att vara konkurrenskraftiga.⁴ Rochet och Tirole satte med sin artikel fingret på två viktiga faktorer som är gemensamma för plattformsekonomier: deras affärsmodell bygger på matchning mellan efterfrågan inom flera olika grupper. Eftersom den ena gruppens efterfrågan är den andras utbud så är grupperna beroende av varandra för att plattformen ska fungera.⁵ Detta innebär att plattformsföretag skiljer sig markant från andra företag som säljer produkter eller tjänster direkt till kund. Plattformsföretag säljer tillgång inte i termer av varu- eller tjänsteutbud, utan i form av tillgång till en särskild målgrupp eller typ av innehåll. Antalet sidor i en plattformsekonomi behöver inte begränsas till två och idag talar man istället om *flersidiga plattformar*.

4 Rochet och Tirole (2003)

5 Tirole fick Sveriges Riksbanks Ekonomipris till Alfred Nobels minne år 2014, och i motiveringen ingick då bland annat hans forskning om plattformsekonomier.

I takt med att kunskapen om flersidiga plattformar har vuxit har det också blivit tydligt att plattformsekonomier redan är vanligt förekommande och spelar en viktig roll i stora delar av ekonomin.⁶ Köpcenter matchar butiker med kunder, kreditkort matchar säljare och köpare, tv, radio och tidningar matchar tittare, lyssnare och läsare med annonser. De har alla affärsmodeller som på något vis bygger på flersidiga plattformar. Den svenska arbetsförmedlingen är en offentligt styrd plattform för att matcha arbetstillfällen med arbetssökande som kan spåras tillbaka till åtminstone 1940-talet.

En plattforms värdeskapande, och därmed kärnan i dess affärsmodell, ligger i hur väl den förmår att matcha olika grupper med varandra utifrån respektive grupps efterfrågan.⁷ Det går att göra skillnad på åtminstone tre sorters plattformar: marknadsskapare (*market makers*), publikskapare (*audience makers*) och efterfråganskoordinatorer (*demand coordinators*).⁸ Marknadsskapare möjliggör transaktioner mellan två eller flera tydligt åtskilda grupper och plattformen utgör en nischad marknadsplats. Både e-handelsplattformar och shoppingcentrum är typiska exempel på marknadsskapare. Publikskapare för samman annonsörer med en grupp användare som postar och/eller tar del av informationsinnehåll, till exempel videostreamingtjänster som Youtube, men även annonsfinansierade tidningar. Efterfrågekoordinatorer erbjuder en infrastruktur som ger respektive sida tillgång till ett brett utbud på plattformens andra sida, ju bredare desto bättre. Till exempel beror nyttan av ett bank- eller kreditkort väldigt mycket på hur många köptillfällen man kan använda det vid.

Alla plattformsekonomier bygger på så kallade *nätverkseffekter*, eller *nätverksexternaliteter*.⁹ Det är effekter som inte är exklusiva för enskilda deltagare i nätverket men är interna för det nätverk som finns inom

6 Evans (2003)

7 Det kan antingen handla om väldigt nischade matchningar mellan grupper med tydliga preferenser eller om att erbjuda ett brett utbud till kunder som uppskattar den variation som plattformen som kurator erbjuder.

8 Evans (2003)

9 Katz och Shapiro (1985), Evans och Schmalensee (2016)

plattformen som helhet. Med andra ord påverkas varje deltagares värde av att vara med i plattformen av nätverkets storlek och sammansättning. Nätverkseffekter kan vara direkta eller indirekta och positiva eller negativa.

Direkta nätverksexternaliteter beskriver hur plattformens värde för en av sidorna påverkas av hur den andra sidan växer. Den typen av tillväxt är positiv om deltagarna värderar att kommunicera med varandra inom gruppen, vilket till exempel gäller för sociala medieplattformar som Facebook, Snapchat eller Whatsapp. Det kan också vara positivt för deltagare på ena sidan i en plattform att deras sida växer, om det bidrar till att attrahera fler till plattformens andra sida och därmed förbättra förutsättningarna för matchning mellan sidorna. Tanken bakom köpcentrum är att butiker tjänar på att samlokalisera sig för att attrahera fler kunder tillsammans.

Å andra sidan kan direkta nätverksexternaliteter vara negativa om de skapar trängsel, utträngningseffekter eller ökad konkurrens inom gruppen som minskar sannolikheten för en lyckad matchning. Till exempel är det negativt för män som söker kvinnor på en nätdejtingtjänst om deras grupp är väsentligt större än gruppen kvinnor som söker män, eftersom det innebär att konkurrensen om uppmärksamhet från den andra gruppen blir hög.

Indirekta nätverksexternaliteter handlar om hur plattformens värde för deltagare på ena sidan påverkas av den andra sidans utveckling. Till exempel är en betalningsplattform, vare sig det handlar om ett kreditkort eller en mobil betalningstjänst, mer attraktiv för försäljare om antalet konsumenter som använder den är stort och vice versa. Det är emellertid inte självklart att det är positivt för en sida på en plattform att en annan sida växer. Ekonomerna David Evans och Richard Schmalensee använder tv-reklam som exempel på en negativ direkt nätverkseffekt: om antalet annonsörer växer och tv-reklam tar upp mer utrymme i sändningen minskar också värdet för tittarna som föredrar



tv-programmet framför tv-reklamen. Det syns, menar Evans och Schmalensee, inte minst på hur tjänster som Netflix och HBO kan ta ut en avgift för att låta användarna slippa reklam, eller hur människor betalar för teknik som TiVo som gör det möjligt att hoppa över reklamen i inspelade program.¹⁰

De olika nätverkseffekterna åskådliggör tydligt hur sidorna i en plattformsekonomi är beroende av varandra. En positiv direkt nätverkseffekt på en sida kan leda till att den sidan växer och på så vis skapa en positiv indirekt nätverkseffekt för en annan sida som drar nytta av en större målgrupp att matchas mot. En negativ direkt effekt kan skapa trängsel och konkurrens på ena sidan av en plattform, men också leda till att attrahera fler till en annan sida eftersom matchningsutbudet för den sidan växer, vilket i sin tur kan jämna ut den negativa effekten eller till och med bli en positiv indirekt effekt för den första sidan.

För att plattformsekonomin ska fungera måste det finnas en *kritisk massa* av deltagare på respektive sida som ska matchas ihop. Vilken butik vill investera i ett betalningssystem som inga kunder använder? Vem vill gå med i en nätdejtingtjänst som inte har medlemmar inom den målgrupp man vill träffa? En av de största utmaningarna för vilken plattform som helst är att bygga kritisk massa på två eller flera sidor som ska matchas ihop samtidigt. Det låter sig sällan eller aldrig göras en sida i taget och riskerar att skapa ett moment 22. För att hantera detta kan ett plattformsföretag till exempel välja att fokusera på en viss nischad målgrupp eller en geografiskt avgränsad marknad först för att sedan expandera och skala upp plattformens täckning.¹¹

I många fall behöver plattformen användarna mer än vad användarna behöver plattformen. Det tar sig uttryck i att användare ansluter sig till flera olika potentiellt konkurrerande eller substituerbara plattformar, något som kallas *multihoming*. Till exempel tar de flesta butiker emot

¹⁰ Evans och Schmalensee (2016: 29)

¹¹ Henriksson och Vinberg (2017)

flera olika sorters betalning, de flesta shoppare är inte exklusiva med ett köpcenter och många människor är medlemmar i mer än en social medieplattform. Ett annat påtagligt exempel är att många Uber-förare även kör för andra konkurrerande plattformar som Lyft.¹² Detta har till och med föranlett utvecklingen av en särskild tjänst, Mystro, som ska koordinera inkommande förfrågningar från olika plattformar för att göra det enklare för förare att prioritera och välja – ett slags plattform för plattformar.

Ytterligare en faktor som särskiljer plattformstjänster är att de ofta är gratis, för en av sidorna. Det kostar ingenting för människor att gå in i ett köpcenter, och det kostar ingenting att gå med i Facebook eller att googla efter billiga resor. Det betyder förstås inte att det inte kostar någonting att hålla igång köpcenter, sociala medieplattformar eller sökmotorer. Istället kan prissättningen förklaras utifrån skillnader i ekonomiska incitament mellan plattformens olika sidor.

En restaurang som tjänar pengar på varje lyckad matchning som görs har stora incitament att betala för matchningen medan en privatperson som söker efter en restaurang för att spendera pengar på en måltid har väsentligt mindre incitament för att betala mer pengar. Det är viktigt att påpeka att båda parter i teorin har incitament att betala något för att förenkla matchningen dem emellan, men restaurangens incitament är stora i förhållande till restaurangbesökarens, vilket spelar roll. Om man till detta lägger att en restaurang matchas mot olika besökare oftare än vad en enskild besökare matchas mot olika restauranger, samt att besökare utan vidare kan använda flera olika plattformar för att hitta en restaurang, bidrar konkurrensen mellan plattformar ofta till att minska kostnaden för sidan med svagare incitament. Detta leder till att plattformen får vad ekonomerna Evans och Schmalensee kallar en *subventionssida* och en *pengasida*.¹³ På motsvarande vis betalar butikerna för

12 En undersökning från The Rideshare Guy (en blogg och podcast för förare och användare av transportdelningstjänster) uppskattar att 70% av Uberförarna också kör för Lyft, samt att 25% kör för mer än två plattformar samtidigt.

13 Evans och Schmalensee (2016: 33)

att vara i ett köpcentrum som lockar många shoppare och annonsörer betalar för att med datadrivna algoritmers hjälp marknadsföra sitt budskap till Facebookanvändare och människor som googlar efter solresor.

Innan teorin om flersidiga plattformsekonomier formaliserades behandlades de flesta av de exempel som har nämnts här som minskning av så kallade *transaktionskostnader*. Utifrån detta perspektiv kan kreditkortsbolags och köpcenters existens motiveras ekonomiskt med att de minskar friktionen för betalningar och för shopping. Detta är fortfarande en central del av flersidiga plattformars funktion, men därtill kommer en växande betoning av matchningen och de *sökkostnader* som föregår en transaktion. Det blir ännu tydligare när fokus flyttas till digitala plattformsekonomier.¹⁴

DIGITALA PLATTFORMSEKONOMIER

DIGITALISERINGEN HAR MEDFÖRT introduktionen av en ny så kallad generell teknikbas, eller *general purpose technology* som står i paritet med introduktionen av ångmaskinen vid den förra industriella revolutionen och elektriciteten i skiftet mellan 1800- och 1900-talet.¹⁵ Det betyder att samma teknologiska basinfrastruktur har integrerats i så gott som hela samhället och att olika, ibland vitt skilda, tillämpningar byggs ovanpå denna infrastruktur. Digitala affärsmodeller och innovationer inom en sektor kan därmed spridas till och tillämpas i andra sektorer förhållandevis enkelt. Det blir även enklare att utveckla tillämpningar som sträcker sig över flera sektorer. Till skillnad från ångkraft och elektricitet är den gemensamma nämnaren för digital teknik inte energi utan information och digitaliseringen förändrar några av de grundläggande förutsättningarna för sociala och ekonomiska

14 Man kan argumentera för att sökkostnader är en delmängd av transaktionskostnader, men oaktat detta är poängen att sökkostnaderna får en större betydelse för de digitala plattformarna.

15 McAfee och Brynjolfsson (2017), Bresnahan och Trajtenberg (1995)

Internets genombrott och utveckling ökar den *potentiella* tillgången till nästan obegränsade mängder information, men att hitta rätt innehåll i det växande utbudet är förknippat med höga *sökkostnader*. Det är emellertid någonting som de flesta människor inte märker av, eftersom de använder sig av sökmotorer eller andra tjänster som hjälper till att sortera innehållet. Med andra ord växer de indirekta positiva nätverksexternaliteter som uppstår inom plattformsekonomier i takt med att det blir svårare att hitta rätt matchning på egen hand. Streamingtjänster som Spotify eller Netflix erbjuder inte bara access utan tar även på sig rollen som kurator av innehåll i olika kategorier och tips-funktioner. Tjänsten matchar innehåll med användare baserat bland annat på deras tidigare val och vad andra användare tyckt om. På liknande vis använder Amazon sin rekommendationsalgoritm för att berätta vilka andra böcker eller produkter som skulle kunna intressera just dig baserat på vad andra tittat på och köpt.

På motsvarande vis är det skillnad på *potentiella* och *realiserade* kontakter. Internets decentraliserade TCP/IP-infrastruktur möjliggör i teorin kontakt mellan vilka två uppkopplade individer som helst i världen, men det betyder inte att alla kommunicerar med alla. Nätverksforskaren Albert-László Barabási visade tvärtom i början av 2000-talet att även om vem som helst kan publicera innehåll på en hemsida på internet är det ingen garanti för att innehållet kommer att någon större publik eller överhuvudtaget bli läst.¹⁹ När tillgången till potentiella kontakter ökar, ökar också sökkostnaden för att hitta rätt kontakt att kommunicera med. Det är en typ av matchningsproblem som uppstår vare sig det handlar om en konsument som söker efter en särskild produkt eller människor som letar efter kärleken på en nätdejtingtjänst. Samma matchningsproblem finns mellan företag, till exempel när stora företag söker underleverantörer. Detta är något som plattformsföretaget Alibaba tagit vara på genom att bygga en business-to-business (B2B) plattform.²⁰

19 Barabási (2003)

20 Evans och Schmalensee (2016: 56)



Plattformsföretag och andra företag – konkurrens och symbios

BRYNJOLFSSON OCH McAFEE beskriver framväxten av flersidiga digitala plattformsekonomier inom nya sektorer som en ”disruptiv kraft” som etablerade industrier kommer att ha svårt att konkurrera med.²⁹ Det är både sant och inte sant. Det handlar å ena sidan om hur andra företag konkurrerar med plattformar och å andra sidan om hur företagen drar nytta av plattformarna. Till exempel kan en fysisk butik som agerar återförsäljare till ett par stora producenter inte konkurrera med det breda utbud som en marknadsskapande digital plattform möjliggör. När tillgången var knapp hade butiken en fördel, men när tillgången via e-handel ökar får plattformen en fördel eftersom den samlar utbudet och sänker sökkostnaderna.³⁰ Det beror på att butiken inte konkurrerar med plattformens utbud, utan utbudet från alla producenter och återförsäljare som plattformen samlar. Det är viktigt att göra skillnad på den matchning som plattformen säljer och de produkter som konsumenten får tillgång till genom matchning.

Det betyder dock inte att all butikshandel kommer att konkurreras ut av e-handel och digitala plattformar. Företaget som driver butiker kan istället ansluta sitt utbud till en eller flera plattformar för att nå fler kunder. Dessutom kan fysiska butiker specialiseras mot ett särskilt urval av varor, bättre service eller lokalt utbud. På så vis kan butiken konkurrera med plattformen om konsumenter på den lokala marknaden, men också med andra producenter och försäljare inom den digitala plattformen. När ett företag på detta vis förlorar kontroll över utbudet går det miste om en viktig konkurrensfördel, men genom att anpassa sig och dra nytta av digitala plattformar kan företaget hitta andra komparativa fördelar. Sammantaget talar detta för att butiker som digitaliserar

29 För att förtydliga: vad som avses är verksamheter som använder sig av den nya tekniken för att konkurrera med etablerade industrier.

30 Detsamma kan förstås sägas om relationen mellan butiker i städer och shoppingcentrum som etableras utanför stadskärnan. Om shoppingcentrumet samlar ett bredare utbud av stora och välkända märken måste enskilda butiker hitta andra konkurrensfördelar än tillgången till samma utbud.

enkom för att *konkurrera med* plattformar kan komma att få det betydligt svårare än butiker som digitaliserar för att *dra nytta av* plattformar, helt i onödan dessutom. Något som också talar för att finns en komplimenterande relation mellan just fysiska butiker och digitala plattformar eller e-handel är att företag som Amazon och Adlibris, som har digitala affärsmodeller, investerar i fysiska butiker. Hur den relationen utvecklas i framtiden återstår att se.

Brynjolfsson och McAfee ger ett annat intressant exempel på hur plattformar och innehållsproducenter som tycks konkurrera också har nytta av varandra: under andra halvan av 2000-talet stämde tidningsägare i Tyskland, Spanien respektive Belgien sökmotorföretaget Google med anledning av tjänsten Google News som aggregerade nyhetsmaterial med länkar till originalartiklarna.³¹ I samtliga fall vann tidningsägarna och Google News stängdes ned. Vad tidningsägarna inte hade räknat med var att detta ledde till kraftigt minskad internettrafik till deras webbplatser, vilket senare fick samtliga att ansöka om att få domen upphävd.³² Tidningsägarna hade i praktiken stor nytta av att plattformen Google matchade ihop läsare med tidningarnas innehåll, men behandlade ändå situationen som en direkt konkurrens. Samtidigt finns det förstås en direkt konkurrens mellan Google och tidningsägare, men den handlar inte om besökarna utan om annonsörerna och var de placeerar sina annonser.

När det istället handlar om plattformsekonomier som matchar ihop människor som efterfrågar och erbjuder tjänster blir det knepigare, men även här finns det skäl att skilja på matchningen och utförandet av den tjänst som matchningen avser. Ett omdiskuterat exempel är transportplattformar som Uber, Lyft eller Taxify som matchar förare och resenärer framförallt i större städer runt om i världen. Ett taxiblag är ett företag organiserat runt två saker: att erbjuda access till en ledig taxibil (genom telefonväxel eller app) samt att erbjuda tjänsten

31 McAfee och Brynjolfsson (2017: 139–140)

32 Se Andersson Schwarz kapitel i denna volym (fallstudie 3).

taxiresa (taxiföraren med bil). Ett plattformsföretag kan i jämförelse med taxibolaget beskrivas på två olika vis: antingen som ett taxibolag som har utkontrakterat taxiförarnas arbete och därmed inte tar något arbetsgivaransvar, eller som ett företag som endast organiserar access och matchning mellan förare och åkare, dvs tillgång och efterfrågan på transporttjänster. I den förra beskrivningen konkurrerar plattformen med hela taxibolaget, men i den senare konkurrerar plattformen huvudsakligen med den koordinerande tjänsten, det vill säga telefonväxeln eller taxibolagets egen app. Plattformens konkurrensfördel är att den säljer matchning som inte bara begränsas till taxiförare från ett enda bolag, eller en enda plats vare sig lokalt eller nationellt.³³ Det är en av de digitala plattformsekonomiernas främsta styrkor.

Att digitala plattformar konkurrerar med en viss del av en befintliga företags affärsmoeller skulle kunna beskrivas i termer av Ronald Coases transaktionskostnadsmodell. Den tekniska utvecklingen, särskilt tillgången till information och stora decentraliserade nätverk av människor, har möjliggjort en annan organisering av den ekonomiska verksamhet som omfattar taxiresor. Om det tidigare var fördelaktigt att organisera en grupp förare runt en telefonväxeltjänst, har det måhända blivit effektivare att organisera den matchande funktionen för sig själv så att access till transporttjänster och den faktiska transporten skiljs åt.³⁴

De klassiska taxibolagens organisering kan motiveras utifrån att förarnas sökkostnader för att hitta kunder minskade samtidigt som transaktionskostnaderna förknippade med betalningar och administration kunde koordineras bättre i ett företag. På samma vis är det möjligt att argumentera för att marknadsskapande digitala plattformar minskar

-
- 33 Taxiförare utsätts för en ökad konkurrens om nya förare tillkommer genom den digitala plattformen. Det gäller särskilt i de fall då jobbet som taxiförare varit begränsat av någon typ av licens eller inköpsavgift. En motivering för sådana inträdesbarriärer har tidigare varit att förarna måste kunna hitta och navigera i staden, men tack vare GPS-navigatorn är det problemet i stor utsträckning löst. Utan GPS-navigatorn hade digitala transportplattformar, särskilt de som öppnar upp för icke-professionella förare, varit så gott som otänkbara.
- 34 Det är värt att notera att många taxibolag idag inte anställer sina förare utan avtalar med så kallade åkerier som i sin tur har en kontraktrelation med förarna.

kombination av decentraliserat utbud, stora digitala nätverk och till-litsbyggande institutioner.³⁷ Det innebär sammantaget en markant annorlunda matchning mellan utbud och efterfrågan, framförallt därför att utbudssidan, vare sig det handlar om taxitjänster eller lån av gräsklippare, aggregeras över ett stort decentraliserat nätverk med spridda resurser. Det bör dock noteras att delningsekonomins omfattning i Sverige fortfarande tycks vara förhållandevis liten. Enligt en undersökning som ingick i den statliga utredningen ”Delningsekonomi på användarnas villkor” svarade omkring tio procent av respondenterna att de använt delningsekonomiska tjänster någon gång under de senaste två åren.³⁸

Långt innan begreppet delningsekonomi blev vedertaget skrev juridikprofessorn Yochai Benkler en vetenskaplig artikel om delandet av resurser över digitala nätverk. Benkler beskriver i artikeln konsumentprodukter som ”bulkiga” eftersom deras maxkapacitet ofta överstiger konsumentens behov och ”grovkorniga” eftersom de bara utnyttjas en liten del av dygnets timmar. Benkler menade att digitala nätverk gör det möjligt att hitta och mobilisera en större del av dessa produkters redundant kapacitet.³⁹ Det innebär i sin tur att ekonomin blir mer effektiv, det vill säga att individer i större utsträckning *kan* hyra ut och få betalt för sina överblivna resurser.⁴⁰

Omvänt förändrar delningsekonomin, eller rättare sagt möjligheten till matchning i stora digitala nätverk med ett decentraliserat utbud, även förutsättningar och incitament för att investera i nya resurser. Om det blir enklare att hyra ut den kapacitet man inte själv använder blir det möjligt för fler att exempelvis köpa en sommarstuga eller investera i

37 Bergh m.fl. (2018)

38 SOU (2017)

39 Gansky (2010)

40 Huruvida de sedan gör det eller inte har förstås också att göra med om de tycker att det är värt mödan. Effektivitet avser här individers möjlighet att tillgängliggöra och efterfråga överbliven kapacitet och inte något absolut mått på hur resurser används.

en lägenhet utomlands.⁴¹ De som likställer delningsekonomi med ett minskat ägande på grund av att människor i större utsträckning kan hyra eller låna produkter glömmar att utbudssidan i den här typen av plattformsekonomi bygger på att människor fortsätter att köpa varor som de sedan hyr ut. På längre sikt kommer delningsekonomi förhoppningsvis att öka tillgången till materiella resurser för alla, men detta är också förknippat med en omfördelning av ägandet av sådana resurser. Med andra ord föranleder delningsekonomi en mer omfattande förändring med avseende på vem som äger och vem som hyr. Människor som har kapital att investera i en semesterlägenhet eller segelbåt kommer i större utsträckning kunna kapitalisera på den resursen. Samtidigt innebär detta att andra, som inte själva har råd eller prioriterar en sådan investering, kan få tillgång till lägenheten eller segelbåten genom att hyra dem.

Delningsekonomi handlar inte bara om hur resurser kan mobiliseras på nya vis. Den digitala tekniken gör det möjligt att identifiera överblivna resurser och matcha dem mot en efterfrågan, men för att det ska fungera måste båda deltagarna vara beredda att lita på en främling. Det är först då delandet av resurser kan skalas upp och expandera bortom etablerade relationer och befintliga sociala nätverk. Därför är tillit avgörande inte bara för delningsekonomi utan även för andra typer av flersidiga plattformar.

Plattformar, tillit och användardata

DIGITALA FLERSIDIGA PLATTFORMAR möjliggör matchning mellan utbud och efterfrågan i väldigt stora och utspridda digitala nätverk, men är därmed också beroende av att etablera en tillräcklig nivå av tillit för att

41 Om det inte är möjligt att hyra ut överbliven kapacitet måste köparen ha råd att betala för varans hela kapacitet även om hon bara vill utnyttja en liten del av den. Genom att hyra ut kan ägaren finansiera delar av köpet som motsvarar överbliven kapacitet.

typ av data (som inte nödvändigtvis bör beskrivas som användardata)⁴⁸ och att effekten av Cambridge Analyticas verksamhet med stor sannolikhet har överdrivits. Trots detta har en stor del av kritiken riktats direkt mot Facebook, vilket talar för den roll som tilliten till plattformen och plattformsföretaget spelar.⁴⁹

PLATTFORMSEKONOMIER OCH DIGITALISERING – SÅ HÄR LÅNGT

ÄVEN OM PLATTFORMSEKONOMIER inte är något nytt fenomen har digitalisering bidragit till att skapa nya förutsättningar för plattformsekonomier. Det har bland annat lett till flersidiga digitala plattformar som når en omfattande skala och plattformsekonomier som vuxit fram i nya delar av ekonomin. De digitala plattformarnas framväxt innebär att plattformsekonomier intar en allt mer betydande roll i ekonomin som helhet.

I det här kapitlet betonas två egenskaper som följer med digitaliseringen och som utgör en grogrund för nya flersidiga plattformar. För det första handlar det om den växande mängden information som medför ökade sökkostnader. Det leder till växande efterfrågan på flersidiga plattformar som genom att agera kuratorer och matchmakers kan sänka sökkostnaderna, till exempel sökmotorer eller streamingtjänster. Möjligheten att ständigt samla in och analysera nya data om användare lägger dessutom grunden för att erbjuda detaljerade och individanpassade matchningar inom ramen för digitala plattformsekonomier.

-
- 48 Det är stor skillnad mellan olika typer av användardata inom Facebooks plattform. Den information som användaren gjort fritt tillgänglig via en öppen profil eller genom att ge en extern aktör access skiljer sig avsevärt från användarens data om sina kontakter, den data betalande annonsörer använder för att identifiera sina mottargrupper och den data Facebook internt har om sina användares beteenden. Facebook har, i enlighet med argumentationen i det här kapitlet, aldrig haft som affärsmodell att fritt sälja *all* sin användardata till externa parter.
- 49 Även om Cambridge Analytica säkerligen kan ha haft avsikten att ha precis så mycket påverkan på de två valen som det ibland påstås, finns det också skäl att ifrågasätta hur stor deras faktiska påverkan var. Se till exempel Kavanagh (2018) och Simon (2018).

För det andra innebär framväxten av stora decentraliserade digitala nätverk att det blir möjligt att sätta människor eller organisationer i förbindelse med varandra – att matcha deras efterfrågan med varandra – utan fördröjning. I kombination med algoritmiserade matchningssystem innebär det att stora grupper av människor kan matchas mot varandra med hög precision i realtid. Tillgängligheten i stora nätverk medför även att utbud och efterfrågan kan matchas på en mer disaggregerad och detaljerad nivå. Det tydligaste exemplet på detta är den så kallade delningsekonomin, men matchning av individanpassad efterfrågan i stora nätverk förändrar förutsättningarna för allt från nätdejting till upphandling av konsulttjänster. Det förändrar också i grunden hur vi människor interagerar med varandra i tätbefolkade miljöer som städer där möjligheten att ta till vara på täthetens potential tidigare begränsats av höga sökkostnader.

Flaskhalsen för digitala plattformsekonomier som matchar ihop stora nätverk är tillit. Eftersom digitala plattformar ofta matchar ihop främlingar, vare sig det handlar om två företag eller två människor, måste parterna lita tillräckligt mycket på varandra och på plattformen för att genomföra en transaktion. Data framhålls ofta som den digitala ekonomins kärna, men faktum är tillit är en betydligt knappare och viktigare resurs när det kommer till kritan. Digitala plattformar erbjuder redan en rad olika verktyg för att främja tillit genom att samla in människors erfarenhet från enskilda transaktioner och aggregera dem till mätbara rykten. Detta resulterar i ett slags tillitsinfrastruktur som hjälper enskilda aktörer på plattformarnas respektive sidor att stärka sin position på matchningsmarknaden. Med tanke på att många deltagare är med i flera plattformar samtidigt, samt att deras tillitskapital har ett värde utanför en enskild plattform är det inte osannolikt att tillitsinfrastrukturen blir något större än summan av plattformarna och att det utvecklas tjänster för att sammanställa och verifiera tillitsmått mellan plattformar. Till skillnad från data är tillit dessutom en färskvvara och något som kan gå förlorat mycket snabbare än det kan byggas upp. Det talar för att plattformsekonomier som främjar matchning och tillitsbyggande spelar en fortsatt viktig roll i den digitala ekonomin.

Denna jämförelse ger också en möjlig motivering till varför digitala plattformsekonomier ofta är oproportionerligt tillgängliga i stora städer. De digitala plattformarna tar vara på stadernas täta miljö och den kritiska massan av potentiella kontakter, samtidigt som de sänker sökkostnader och erbjuder tillit som låter främlingar genomföra transaktioner med varandra. Det resulterar i en unik typ av urban digital marknad.⁵⁰

FRAMTIDEN FÖR DIGITALA PLATTFORMAR

VAD ÄR DET då möjligt att, mot denna bakgrund, säga om de digitala plattformarnas framtida roll i ekonomi och samhälle? Till att börja med kommer introduktionen av digitala plattformsekonomier även fortsättningsvis att föranleda intensiva diskussioner och växande reformbehov, antingen för att reglera plattformar eller för att anpassa marknader. Detta är redan tydligt inom arbetsmarknadsområdet där introduktionen av plattformar väcker frågor bland annat om hur långt en plattformens arbetsgivaransvar sträcker sig och hur en omorganisering av affärsverksamhet påverkar organiseringen av arbete. Det kommer även att behövas fler diskussioner om konkurrensrätten och hur man avgör om och i vilken utsträckning en plattform konkurrerar med företag som säljer den typ av produkter eller tjänster som plattformen förmedlar matchning av. Utan att gå vidare in på särskilda politikområden finns det tre mer generella faktorer som på olika vis kommer att påverka inte bara de digitala plattformarna utan även deras roll i framtidens ekonomi och samhälle: storlek, komplexitet och räckvidd.

Historiskt har storlek varit en förhållandevis rättfram måttstock för företag – när de växer ekonomiskt anställer de fler och tar en större andel av marknaden.⁵¹ Digitala plattformar passar inte in i det här mönstret. Ett plattformsföretag kan vara förhållandevis litet och ändå

50 Wernberg och Dexe (2016)

51 Det bör även noteras att det inte är självklart hur man ska mäta storlek för en digital plattform – användare, marknadsandelar eller aktivitet på olika sidor i plattformen?

Hur storlek påverkar plattformar är viktigt inte bara för konkurrensen mellan plattformar utan också för lagstiftarnas förhållande till de största plattformarna. I kölvattnet av Brexit, det amerikanska presidentvalet och en växande polarisering i Europa har det vuxit fram en debatt om ”fake news” och desinformation, men också om vilken information människor *borde* kunna få tillgång till via sökmotorer och sociala nätverk. I denna debatt har röster höjts för att plattformar som Google, Youtube och Facebook ska ha en aktiv modererande roll och därmed ta bort inte bara illegalt utan också oönskat innehåll. Till exempel uttryckte Expressens chefredaktör Thomas Mattsson i en artikel i tidningen Journalisten att Google *borde* anställa 200 redaktörer för att begränsa vad användarna kommer åt för innehåll eftersom det finns ”fler Youtube-konton och sökresultat hos Google som rimligen inte kan anses överensstämma med vad ett stort börsbolag kan förväntas vilja distribuera”.⁵⁴ Till att börja med är det stor skillnad på Youtube-konton och sökresultat på internet, men än allvarligare är det att Mattsson efterlyser en i någon mån godtycklig censur som ska utföras av stora privatägda bolag.⁵⁵

Det finns en till synes liten men väsentlig skillnad mellan att plattformen tar bort innehåll eller konton som rapporterats och därefter konstaterats bryta mot svensk lag, och att plattformen i förväg blockerar eller censurerar innehåll som plattformsföretaget inte sympatiserar med. Det senare, om något, skulle verkligen ge de stora plattformarna en typ av makt som påverkar samhället, och inte nödvändigtvis i en önskvärd riktning. Istället skulle man kunna argumentera för att plattformarnas (och i synnerhet sökmotorernas) förmåga att göra stora mängder information överblickbar gör det möjligt att just hitta och bemöta eller anmäla innehåll som anses oönskat eller bryter mot lagen. I vilket fall bör man tänka efter noga innan man lägger avgörandet hos plattformarna istället för hos lagstiftare och domstolsväsende.

54 Lundquist (2018)

55 Mattsson behandlar i detta fall Google som en tidning som producerar och publicerar sitt eget innehåll, men på så vis försummas helt de individer och organisationer som postar det oönskade innehållet. Han behandlar på så vis symptomen snarare än den underliggande orsaken.

Företag har alltid varit relaterade till varandra i ekonomin, till exempel genom underleverantörs- och kundrelationer. Kopplingen till digitala plattformar, mjukvaruinfrastruktur och ekosystem skiljer sig däremot från rena kontraktsrelationer eftersom de två parternas verksamheter integreras eller trasslas in i varandra.⁵⁸ Det innebär i förlängningen att det blir svårare att skilja företags affärsverksamheter från varandra. Ett tydligt exempel på detta är apptillverkande företag som är beroende av plattformar som Apple App Store och Google Play för att sälja sina produkter.⁵⁹ En ökad grad av komplexitet mellan företag innebär dels att det blir svårare att separera branscher från varandra, men också att förutsättningarna för entreprenörskap och innovation förändras i grunden. Det betyder att små företag kan hyra datorkapacitet och maskinlärningsprocesser de inte hade haft råd att utveckla själva, men det innebär samtidigt att det blir väsentligt svårare för stora företag eller myndigheter att byta IT-leverantör. Att förstå vilken inverkan komplexitet har på näringslivsdynamik kommer att vara avgörande inte bara före företag utan också för lagstiftare som ska reglera marknaden dessa företag verkar på.

Ökande sammankoppling leder vidare till den tredje plattformsegenskapen som påverkar ekonomins framtida utveckling, nämligen de digitala plattformsekonomiernas geografiska räckvidd. Digitala plattformar skapar virtuella marknadsplatser som utan svårighet kan sträcka sig över landsgränser. Många digitala plattformstjänster, inte minst inom delningsekonomin, matchar ihop parter väldigt lokalt (exempelvis Uber) men gör det över en global marknad av lokala platser. Plattformsekonomier möjliggör också matchning på en marknad när utbudet är geografiskt utspritt och så stort att det blir svåröverblickbart. På så vis spelar digitala plattformar en avgörande roll för att främja

58 Det betyder också att det blir svårare att substituera en relation för en annan. Till exempel är det väsentligt svårare för ett företag eller en myndighet att byta IT-leverantör än att byta kaffeleverantör.

59 Detta ska förstås jämföras med utvecklare av tv-spel som på motsvarande vis var beroende av tv-spelskonsolernas plattformar. Vad som är värt att notera är att den typen av plattformsekonomier och medföljande beroenden har spridit sig i ekonomin, delvis på grund av de digitala plattformarnas expansion.

framväxten av gränsöverskridande handel, exempelvis inom ramarna för en gemensam digital inre marknad inom EU.⁶⁰ Samtidigt som detta borde tolkas som någonting positivt utmanar de digitala plattformarnas räckvidd nationella staters möjlighet att reglera sin egen marknad. Om det plötsligt blir väsentligt enklare att handla från andra delar av världen kommer handeln att öka och ökningen kommer att sätta fingret på problem och flaskhalsar i regleringar och regelverk som fungerade så länge handelsvolymen var liten nog. Ett tydligt exempel på detta är Postnords hantering av paket från Kina och införandet av en särskild momshanteringsavgift.⁶¹

Digitala plattformars räckvidd utmanar nationella regleringars territoriella begränsningar.⁶² I öppna demokratiska ekonomier som Sverige leder det till hårdare momsregler för paket från Kina, men i andra, mindre öppna länder har det exempelvis lett till att tjänster som Youtube stängts ned helt.⁶³ Det finns en ökande spänning mellan internets och de digitala plattformarnas räckvidd och viljan till nationell styrning som leder till en nationell fragmentering av den digitala marknaden, alltså raka motsatsen till en större gemensam marknad. Till exempel har EU-parlamentet under hösten 2018 röstat igenom en lag med syfte att kräva att 30 procent av innehållet på streamingtjänster som Netflix ska vara europeiskt.⁶⁴ Den typen av regleringar riskerar att slå särskilt hårt mot nya, små plattformsföretag.

En annan sida av detta är den EU-specifika ”rätten att bli glömd”.⁶⁵ I Sverige kom nyligen en dom från Förvaltningsrätten som godkänner att Google i enlighet med rätten att bli glömd tar bort det aktuella sökresultatet nationellt i Sverige, men inte globalt. Domen överklagas nu av Datainspektionen till högsta domstolen för att reda ut den

60 EU-kommissionen (2018)

61 Postnord (2018)

62 Reidenberg (1996)

63 Amnesty Press (2018)

64 Di Digital (2018)

65 Se Andersson Schwarz kapitel i denna volym (fallstudie 3).

geografiska räckvidden för rätten att bli glömd.⁶⁶ Även införandet av EU:s dataskyddsförordning, GDPR, illustrerar spänningen mellan geografisk avgränsning och digital räckvidd, eftersom flera utomeuropeiska webbplatser har stängt av europeisk internettrafik för att undvika att bryta mot de nya dataskyddsreglerna.⁶⁷ Relationen mellan digitala plattformar och en i många avseenden ojämn regulatorisk geografi mellan olika länder ställer frågan om hur globala vi vill vara på sin spets. Till detta kommer att stora digitala plattformar etablerar komplexa, sammanflätade relationer mellan företag och människor vilket bidrar till att knyta ihop ekonomierna i olika länder.

Fokus för detta kapitel är relationen mellan plattformsekonomi och digitalisering, samt vilken roll digitala plattformar spelar och kan komma att spela i ekonomi och samhälle framgent. Digitala flersidiga plattformar är avgörande för vår förmåga att ta vara på de omfattande informationsflöden och nätverk som digitaliseringen tillgängliggör både lokalt och globalt och skulle på många vis kunna effektivisera ekonomin. Samtidigt åskådliggör stora digitala plattformar en rad regulatoriska hinder och flaskhalsar som utmanar idén om en mer effektiv digitaliserad eller globaliserad ekonomi, både lokalt och internationellt.

Den österrikiske ekonomen Friedrich Hayek beskriver marknaden som en koordinerande funktion för kunskap och information.⁶⁸ Kanske kan vi enklast förstå digitala plattformar som en marknad i marknaden, en koordinerande funktion inom en viss del av marknadens övergripande koordinering. Vilka plattformar vi använder kommer att variera med tiden och med största sannolikhet kommer det att finnas flera stora plattformar att välja på snarare än en global, helt enkelt därför att plattformarna åter speglar skillnaderna i hur vi vill samla och sortera information, få kontakt med varandra och interagera med människor eller företag. Samtidigt kommer det att växa fram fler metaplattformar som låter oss sammanställa eller välja funktioner och innehåll från flera olika plattformar. Kort

66 Datainspektionen (2018)

67 BBC (2018)

68 Hayek (1945)

och gott blir plattformar allt viktigare för hur vi navigerar i en ekonomi som är stor både i geografisk omfattning och i innehållsmängd.

En sista viktig begränsning i den beskrivning som ges i detta kapitel är att plattformarna är viktiga för oss, det vill säga för människor. Framväxten av artificiella intelligenser utmanar de digitala plattformarna på ett annat sätt, eftersom de inte begränsas av sökkostnader på samma vis som människor gör. Det talar för att balansen mellan mänskliga och artificiella agenter på olika marknader kommer att ha stor inverkan på de digitala plattformarnas framtid. ■



Lobel, O. (2018). "Coase and the Platform Economy". In *Sharing Economy Handbook 2018*, Cambridge University Press.

Lundquist, H. (2018). "Mattsson: 'Anställ 200 redaktörer, Google!'" Journalisten, March 7. [HTTPS://WWW.JOURNALISTEN.SE/NYHETER/MATSSON-ANSTALL-200-REDAKTORER-GOOGLE](https://www.journalisten.se/nyheter/mattsson-anstall-200-redaktorer-google)

Mazzella, F., Sundararajan, A., D'Espous, V. B., & Möhlmann, M. (2016). How digital trust powers the sharing economy. *IESE Business Review*, 24-31.

McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. WW Norton & Company.

Miller, J. H., & Page, S. E. (2009). *Complex adaptive systems: an introduction to computational models of social life: an introduction to computational models of social life*. Princeton university press.

Postnord (2018). "Så hög blir nya avgiften på Kinapaketen". [HTTPS://WWW.POSTNORD.SE/INFORMATION/OM-POSTNORD/EN-FORANDERLIG-VARLD/MOMS-PA-KINAPAKET/SA-HOG-BLIR-NYA-AVGIFTEN-PA-KINAPAKETEN](https://www.postnord.se/information/om-postnord/en-foranderlig-varld/moms-pa-kinapaketen/sa-hog-blir-nya-avgiften-pa-kinapaketen)

Reidenberg, J. R. (1996). "Governing networks and rule-making in cyberspace". In *Borders in Cyberspace: Information policy and the global information infrastructure*, MIT Press

Rochet, J. C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.

Rydell, A., Sundberg, S. (2011). *Piraterna: de svenska fildelarna som plundrade Hollywood*. Ordfront Förlag.

Simon, F. (2018). "The Big Data Panic". Medium.com, March 25. [HTTPS://MEDIUM.COM/VIEWPOINTS/CAMBRIDGE-ANALYTICA-AND-THE-BIG-DATA-PANIC-5029F12E1BCB](https://medium.com/viewpoints/cambridge-analytica-and-the-big-data-panic-5029f12e1bcb)

Simon, H. A. (1971). Designing organizations for an information-rich world. *Computers, communications, and the public interest* (1971), pp. 37-72

SOU (2017). Delningsekonomi på användarnas villkor - Betänkande från utredningen om användarna i delningsekonomin. SOU 2017:26

Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.

Varian, H. (2018). Artificial Intelligence, Economics, and Industrial Organization. In *The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda*. University of Chicago Press.

Varian, H. R. (2010). Computer mediated transactions. *American Economic Review*, 100(2), 1-10.

Wernberg, J., Dexe, J. (2016). Rewiring Europe: Five Priorities for a lasting digital economy, Policy report for Wilfried Martens Centre.

PLATTFORMISERING SOM INNOVATION

—

—

—

—

—

—

—

—

OM MÖJLIGHETER, RISKER OCH SVERIGES EGENART SOM PLATTFORMSBÄRANDE NATION

DARJA ISAKSSON är sedan augusti 2018 generaldirektör på innovationsmyndigheten Vinnova. Hon har en bakgrund som entreprenör, och startade sitt första företag inUse 2002. Sedan 2014 har hennes tid främst gått åt till att arbeta med digitaliseringsfrågor i rollen som styrelseledamot och rådgivare och medlare mellan forskningsmiljöer, departement och investerare.

HENRIK BLOMGREN är lektor vid KTH och var tidigare programchef på Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) och huvudprojektledare för projektet Framtidens Näringsliv. Han har arbetat med strukturomvandlingsfrågor på ett antal olika sätt, både inom bransch och akademi.

INTERVJU MED DARJA ISAKSSON OCH HENRIK BLOMGREN AV JONAS ANDERSSON SCHWARZ

DIGITALA PLATTFORMAR KAN sägas utgöra en ny typ av samhällig infrastruktur som får stor påverkan på det tekniska innovationsklimatet och innovationspolitiken i stort. Detta visades i Joakim Wernbergs introducerande kapitel. En del av insikterna och argumenten i hans text går att lyfta till en mer specifikt svensk kontext. Vi ser redan hur en rad olika plattformsbaserade digitala affärsmodeller fått stort genomslag i vardagslivet för många svenskar: BankID för säker verifiering och identifiering av privatpersoner, Klarna för kreditbaserade betalningsupplägg, marknadsplatser som Blocket och Hemnet där säljare, köpare och mellanhänder kan finna varandra, appar som Kry och Min doktor för vårdmöten via digitala internetuppkopplade skärmar. Det är inte svårt att se hur ett ökat inslag av sådana här lösningar i förlängningen får konsekvenser för det svenska samhällsbygget. För att få bättre svar på frågorna om de utmaningar som stundar för politiker, branschorganisationer, reglerande myndigheter och andra beslutsfattare har vi vänt oss till Darja Isaksson och Henrik Blomgren.

Darja Isaksson är entreprenör och startade sitt första företag inUse 2002. Sedan 2014 har hennes tid främst gått åt till att arbeta med digitaliseringsfrågor i rollen som styrelseledamot och rådgivare och medlare mellan forskningsmiljöer, departement och investerare. Sedan augusti 2018 är hon generaldirektör på innovationsmyndigheten Vinnova. Henrik Blomgren är lektor vid KTH och var tidigare programchef på Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) och huvudprojektledare för projektet Framtidens Näringsliv. Han har arbetat med strukturomvandlingsfrågor på ett antal olika sätt, både inom bransch och akademi.

JONAS ANDERSSON SCHWARZ: Vilka huvudsakliga utmaningar står vi inför i och med det ”plattformssamhälle” som växer fram?

HENRIK BLOMGREN (HB): Den kanske första frågan att besvara är vilka ”vi” är. Svaret på frågan blir lite olika beroende på om vi menar en viss bransch eller samhällssektor, eller landet Sverige som sådant, eller människorna som lever i Sverige. Därtill blir svaret lite olika beroende på om vi betraktar dem som ”konsumenter” eller ”producenter”, eller rent av ”utvecklare”.

Ur landet Sveriges perspektiv är en av de mest grundläggande funderingarna huruvida vi är kunniga eller driftiga nog att utveckla, bygga och driva digitala plattformar med Sverige som bas. Eller – kommer vi som land bli helt beroende av plattformar utvecklade någon helt annanstans? Med tanke på att plattformar i regel inbegriper storskalig verksamhet, ofta till och med förutsätter storskalighet för att lyckas, kan en risk finnas i att Sverige inte kommer vara det land som bygger framtidens globala plattformar, utan mest blir beroende av plattformar som byggts och utvecklats på annat håll.

Lyckas vi sedan att dock bygga ett antal plattformar (i sak har vi ju det redan; till exempel känns det naturligt att klassa Spotify, Kry och Skype som sådana) – ja, då är det naturligt, rentav ett måste för att de skall

lyckas, att merparten av dem kommer att ha merparten av sin användarbas utanför landets gränser. Det här är en nyckelinsikt för att förstå dessa plattformar och deras strategiska agerande. Se till exempel bara på hur Spotify agerar redan idag.

Detta behöver inte vara ett stort problem i sig. Snarare extremt naturligt. Det är ju till exempel okristligt dyrt att bygga något som primärt enbart har svenska latenta användare. Sverige har dessutom sedan länge ett starkt beroende till omvärlden och det som sker på de stora kontinenterna. Vårt oljeberoende är exempelvis intimt kopplat till Ryssland och Mellanöstern, oavsett hur mycket vi vant oss vid det eller inte vill låtsas om det. Ett annat område är givetvis standardmjukvara och hårdvara där Sveriges roll inte är direkt stor. Men är det å andra sidan problematiskt att detta författas på en Macdator med Microsoft Word som ordbehandlare?

Plattformarna kan, å tredje sidan, komma att slå oss med häpnad i efterhand, då vi kanske kommer att se oväntade konsekvenser. Vad händer till exempel den dagen vi börjar upptäcka att vi inte längre endast har en ”amerikaniserad” (eller framtida kinesisk?) kultur i meningen McDonalds, Levi’s och Hollywoodfilm, utan att även vårt nyhetsutbud och sociala kultur genom Facebook blivit i grunden allt mer amerikaniserat? Fast å andra sidan: Netflix anlitar redan både svenska manusförfattare och svenska filmproducenter, så varför skulle Netflix på sikt vara sämre på att ge svenska folket film på svenska, än vad till exempel SVT redan är? SVT av idag producerar dessutom påfallande få svenska dokumentärer utan köper in väldigt mycket från BBC och andra utländska producenter, så man skulle redan idag kunna hävda att det vi ofta betraktar som gamla goda, etablerade ”svenska” plattformar är allt annat än svenska. För övrigt kan man också notera att Netflix redan idag är extremt stora på filmer inom helt andra språk än just engelska; spanska produktioner (med spanska författare, producenter och skådespelare) är redan en stor marknad för dem. Allt detta antyder något vi känt på oss sedan länge: Att ”svenskhhet” är ett svårt ord som inte

nödvändigtvis leder oss någon vart i att försöka förstå. Vi alla är intrikat beroende av varandra kan man säga.

Så vad är "svenskt" och "icke-svenskt" egentligen? Och spelar egentligen den här typen av frågor någon väsentlig roll? Volvo – som svenska folket fortfarande klassar som en mycket "svensk" bil – ägs av kineser. Det som vi svenskar klassar som ett "svenskt" möbelföretag, IKEA, har merparten av sina ägarrätter i helt annat land än i Sverige. På liknande sätt ser även andra länder på sina egna, påstått "inhemska" företag. Amerikaner i allmänhet tror ofta att "icke-amerikanska" bolag är amerikanska, och tvärtom. Häagen-Dazs är helt amerikanskt men antas av många amerikaner vara tyskt – något som förvisso är en av poängerna med varumärket, enligt företaget själva.

Det förhållningssätt gentemot väst som många av de mest framgångsrika kinesiska företagen har är dels rent finansiellt, att köpa upp västerländska varumärken, och dels att verka i business-to-businessledet, ofta inom områden som hårdvara och teknisk infrastruktur. Det är egentligen bara Huawei och Lenovo som står som tydligt kinesiska varumärken för västerländska konsumenter. Ser man på plattformsinnovationen i Kina (som Marina Svensson skriver om på annan plats i denna antologi) så är det uppenbart att landet har sina egna plattformsgiganter som är enorma på den kinesiska marknaden men knappast – än så länge? – tycks göra några större försök att etablera sig i väst. De kinesiska influenser som äger rum inom plattformsområdet är sannolikt i form av att västerländska plattformsaktörer sneglar på Kina för att lära av den hastiga digitala innovation som äger rum där. Alibaba är till exempel redan idag större än Amazon, men Alibabas synlighet mot väst är främst i grossistledet.

Historiskt sett så har stora globala bolags existens hanterats genom att stater med hjälp av rättslig reglering förr eller senare klippt upp dem i bitar när aktörerna i fråga ansett bli allt för dominerande (så skedde med både Standard Oil och med AT&T). Just nu hotas de stora



plattformarna i världen – kanske framför allt Facebook – med det samma. Men behovet av antimonopollagstiftning bör sättas i relation till möjligheterna för användarbasen att kunna röra på sig av själv, och migrera till andra plattformar. Utifrån sett kan det därför möjligen kanske tyckas mindre farligt med digitala plattformar än de gamla fysiska. I en digital värld sker ansamling av stora användarskaror snabbare än i den gamla världen. Men samtidigt kan de skingras lika fort. Det som går upp fort kan också gå ner fort också.

I den digitala ekonomin är det förslagsvis ett bättre betraktelsesätt att betrakta oss som både konsumenter och producenter, än som enkom konsumenter. Många av affärsmodellerna bygger på att användarna är medskapare av faktiskt innehåll. Och därtill: Genom att över huvud taget röra sig på de digitala ytorna så producerar de samtidigt användardata. Kanske en av de stora utmaningarna därigenom ligger i vår förmåga, eller oförmåga, att utnyttja plattformarna tillräckligt väl. Vad händer till exempel den dagen som Alibaba (om så skulle ske) är den stora globala marknadsplatsen och vilket handikapp får då de användare som inte tar del av den? Vad händer till exempel den dagen Twitter (om så skulle ske) blir den centrala nyhetskanalen på jordgloben och vi som individer inte befinner oss där? Eller vad händer om det blir Spotify som styr all världens musikkonsumtion (om så skulle ske)? Vår individuella förmåga att veta *hur, på vilket sätt, och varför* man nyttiggör plattformar i sitt liv torde kunna bli en komparativ konkurrens fördel på individnivå. Lite som att vi en gång på världen kunde betrakta "digitalt kunniga" som att ha en konkurrens fördel i samhället gentemot "icke digitalt kunniga" (synkront med läs- och skrivkunnighet).

Här finns paralleller till det tydliga fokus på just "digital kompetens" som förts in i läroplaner i grund- och gymnasieskolan på senare år. Michael Forsmans bidrag i den här antologin (längre fram) berör några av de inneboende motsägelserna i medie- och informationskunnighet (MIK).





Ett naturligt steg vore kanske att hävda att det framgent blir allt mindre viktigt att vara digitalt kunnig i strikt teknisk mening, utan snarare att kunna veta hur man hittar på nätet, tolkar vad man hittar på nätet och så vidare, det vill säga att veta hur man använder plattformar till egen nytta. En parallell är skillnaden mellan värdet i att på individnivå inneha kunskap om att kunna mecka en bil – kontra att kunna köra den. I likhet med tidigare historiska tekniska förändringar i samhället kommer en utmaning vara att hantera skillnaderna mellan de som går före kontra de som går efter. Kanske har utvecklingen gått så långt att det inte längre är viktigt huruvida man äger eller har tillgång till hårdvara och en bra uppkoppling, utan snarare blir det viktiga att veta hur man utnyttjar alla de tjänster som hårdvaran och uppkopplingen ger tillgång till – och kanske ännu viktigare, hur man hushåller med de effektivitetsvinster som de nya plattformarna ger upphov till.

Ett jättebra exempel på detta återfinns faktiskt inom den digitala skolvärlden. Många studenter på svenska universitet vet inte att de redan idag, dessutom helt gratis, kan gå mängder av bra onlinekurser på nätet. Vissa av dessa kan i högsta grad ersätta en förhållandevis långsam och kanske i vissa fall även trött universitetslärare. Vet man helt enkelt om detta så har man helt enkelt möjlighet att studera snabbare och lättare än annars (föreläsningar är både tid- och platsberoende). Hur rättvist är egentligen en sådan sak, i ett samhälle som Sverige där vi gärna talar om ”lika utbildning för alla”? Givetvis finns snarlika fenomen även på gymnasie- och grundskolenivå.

Eller, för att ta ett annat konkret exempel: Hur rättvist är det att vissa människor vet om att den digitala plattformen Kry finns och att de den vägen kan få mycket snabbare akutvård än andra som får stå och vänta i kö på en fysisk vårdcentral? Kry har dessutom mer eller mindre samma typ av finansiering som de svenska fysiska vårdcentralerna, så det handlar alltså inte om att betala sig förbi köerna, bara att veta att man kan gå förbi köerna, och hur man gör det.



samhällsproblem, men också kunskap om hur man utnyttjar sårbarheter i samhällets infrastruktur, eller hur man blir en effektiv terrorist. Att samhället får nya sårbarheter och problem när det förändras är i sig inget nytt. Både elektrifieringen och industrialiseringen skapade samhällen som har många sårbarheter det jordbruksbaserade samhället inte hade. Men det går snabbt nu, och en av de viktigaste utmaningarna plattformarna ställer oss inför är därför att hitta svaren på hur vi som samhälle kan dra nytta av de många fördelar plattformar ger, och samtidigt klara av att hantera de skadliga effekterna och de nya sårbarheterna vi bygger in i samhället.

Arbetsmarknadens förändring just nu är ett område där vi håller på med just det. Verksamheter med behov av att snabbt ha rätt person på rätt plats ges möjlighet att billigare och enklare att hitta enskilda individer, både hyperlokalt (som på en flygplats) och på en global arbetsmarknad. Genom tillgången till tjänster som automatiserar allt mer av administrationen blir det allt enklare att driva eget bolag. Sammantaget förändrar det arbetsmarknadens sammansättning. Idag ser vi en ökning av enmansföretag inom vitt skilda branscher, individer som ofta är beroende av olika digitala plattformar för att kopplas ihop med uppdragsgivare.² Den sortens logik påverkar inte bara taxichaufförer utan också läkare, konsulter, formgivare och många andra yrken. Hittills har vi sett olika svar på utvecklingen i olika länder – där exempelvis Bulgarien, Ungern och vår granne Danmark förbjudit Uber. I Sverige har vi sedan länge vant oss vid att bemanningsföretag flexibelt kopplar ihop individer med uppdrag, även individer med egna bolag, men frågorna väcks även här. Vilka skyldigheter bör en plattform ha för att människor får en trygg inkomst, och vad är rimlig transparens i de villkor som erbjuds? Andra frågor som väcks rör alltifrån arbetsmiljö och medbestämmande, till frågor om arbetstider, trygghetsförsäkringar och livslångt lärande. Kort sagt utmanar plattformsekonomin både lagstiftning, etablerade partsmodeller, värderingar och vanor.

2 Lobel (2016)


Samtidigt växer det fram nya tjänster och beteenden, och med dem nya förväntningar. Kombinationen av plattformar som gör att man kan hitta uppdragsgivare och arbeta i geografiskt utspridda team gör att det finns idag många som identifierar sig som ”digitala nomader”, människor som ser hela världen som sin arbetsplats och väljer kompetenser som gör det möjligt för dem att försörja sig via sin dator oavsett om de för dagen arbetar från en strand på Bali eller från ett co-working space i Stockholm. Kommer sådana beteenden att skala på sikt, och vad betyder det isåfall för regelverk, trygghetssystem och mänskliga relationer? Ett intressant initiativ att hålla ögonen på de närmaste åren, är tjänsten Google Job Search. Google aspirerar på att indexera all världens jobbanonser, inklusive information om lön, och sedan i vanlig ordning få personaliserade träfflistor. Vad kommer det att betyda för en arbetsmarknad full av unga människor, där många rest flera gånger över planeten innan de nått puberteten, att de när som helst kan se vilka karriärmässiga möjligheter de kan erbjudas i en annan del av världen? Jag tror att det är lätt att underskatta hur stor förändring vi kommer att se i beteenden de närmaste tjugo åren.

Eftersom förändringarna blir så genomgripande, är det hoppingivande att frågor som rör hur teknikutvecklingen påverkar samhället nu engagerar brett, på ett sätt som är ganska nytt. Ansvarsfrågor som tidigare sågs som icke-frågor är nu högaktuella. De senaste åren har vi till exempel sett ett något yrvaket uppvaknande, inte minst hos Facebook själva, beträffande hur den plattformen påverkar det offentliga samtalet, och i förlängningen demokratin. En annan diskussion handlar om korrelation mellan psykisk ohälsa och sociala medier, i en samtid där psykisk ohälsa kostar samhället stora summor och är något av en galopperande farsot bland unga (Socialstyrelsen 2017). Erfarna designers och utvecklare hoppar av de plattformsbolag de själva varit med och byggt, och kritiserar alltifrån affärsmodeller till etiska vägval. En fråga vi kollektivt ställer oss är ”Vilket ansvar har plattformar för den påverkan de i förlängningen har på individer, ekonomi och samhället?” Den frågan är bra och nödvändig. Jag litar på att vi kommer att fortsätta den



öroninflammationer på samma sätt. I kombination med ökande möjligheter att göra enklare provtagning hemma eller i annan miljö än vården, förstår vi att potentialen redan i dagens teknik är långt större än den nytta vi faktiskt drar av den just nu. Är det ok? Vad blir konsekvenserna av det på sikt? En del av det som hindrar oss är förstås våra befintliga strukturer och regelverk. I Sverige utmanas ersättningssystemen såväl som arbetssätten, och vårdssystemen rör sig sakta. Amazon rör sig snabbare. Nyheten att de etablerar sig på vård- och apoteksmarknaden påverkade börskursen för flera jättar i vårdsektorn. Googles holdingbolag Alphabet har investeringar i en rad vårdföretag. Facebook har sedan en tid tillbaka banktillstånd inom Europa, och jag undrar vad som händer den dag en sådan globalt etablerad gigant får för sig att erbjuda vård- eller andra välfärdsförsäkringar. Allt större delar av välfärden är en global marknad nu, det var den inte tidigare. Vi vet att konsumenter kan byta beteende snabbt ifall de erbjuds alternativ som sparar tid och upplevs som enkla, och just bristen på tillgänglighet är ett av de vanligaste klagomålen på svensk primärvård. Bara den som å det grövsta ignorerar utvecklingshashtigheten av möjligheter att göra provtagning hemma och använda uppkopplade prylar för mer avancerad diagnostik på distans kan låtsas att detta inte kommer att förändra hela vårdkedjan det närmaste decenniet.

En tydlig utmaning blir därför att hitta svaret på hur välfärd ska organiseras och finansieras, i en digitaliserad värld.

 Att den frågan redan är rest är påfallande tydlig. Återigen är vårdplattformen Kry illustrerande. Exempelvis anser Sveriges kommuner och landsting (SKL 2017) att Kry får för mycket pengar för ett vårdcentralbesök. De får i sak samma peng som alla andra vårdcentraler, men eftersom de anses driva besöket mycket billigare än andra, har de alltså påfallande god lönsamhet för sina besök. Något som alltså lett till att SKL, med stöd av en hel del riksdagspolitiker (dessutom från flera olika partier) nu vill sänka vårdchecken som Kry och andra liknande plattformssaktörer får.

Å andra sidan kan man se på saken även så här: Hur kan det egentligen komma sig att det skulle behövas ett privat vårdföretag som Kry för att illustrera att vården i Sverige faktiskt skulle kunna organiseras och finansieras på annat sätt än vi har gjort de senaste 50 åren? Varför har, så att säga, inte det svenska vårdssystemet lanserat någonting motsvarande långt innan företaget Kry gjorde det?

Det är inte längre givet att vi behöver lika mycket pengar för att organisera vården som tidigare. Ungefär som Darja uttryckte det: Plattformarna kan driva fram resurseffektivisering på storskalig nivå.


Samtidigt finns det de som anser att SKL:s argument i frågan vara värda att ta på allvar, och då argumenteras det nog ungefär så här: De patienter som hittills vänder sig till nätvården gör det för förhållandevis enkla åkommor. Det vill säga, det rör sig om olika kategorier av vårdbehov; problem av olika kaliber. Därtill har digitala vårdtjänster lägre kringkostnader än vanliga besök då patienterna själva gör en del av jobbet. Lokalkostnaderna blir ju till exempel drastiskt lägre. Med andra ord: Bör subventionering av olika tjänster vara absolut samma, eller bör den ställas i relation till tjänstens svårighetsgrad och kostnader att utföra?

HB Möjligen kan den typen av argumentation anses ha en viss bäring. Visst skulle man kunna tänka sig en ny typ av finansieringsprincip, dvs en ”kostnadsbaserad” (vilket alltså inte alls förekommer någon annanstans i vården). Men det skulle samtidigt sannolikt ta viss tid att införa, bland annat då det skulle tvinga fram behov av att jämföra fullt ut. I dagsläget får ju tex vården inte betalt för sina insatser i förhållande till lönekostnaden för den läkare som utför ett visst moment och/eller om den lönekostnaden är olika i olika delar av landet. Precis som att det inte tas hänsyn till om lokalkostnaderna för en privat vårdcentral i norra Sverige skulle vara lägre än hos en offentligdriven vårdcentral i Mälardalen.

Men däremot kan konstateras: Exempel av typen Kry lär med tiden tvinga ner ersättningsnivåerna för mängder av olika typer av vårdmoment – oavsett om dessa sedan utförs av en privat eller offentlig aktör.

Man kan nog omsätta mycket av detta i två principer: Antingen gör vi det vi redan gör betydligt billigare i jämförelse med tidigare; kort sagt: *Samma välfärd som tidigare men mycket billigare.* Eller så skulle vi kunna göra väldigt mycket mera för de pengar vi avsätter; kort sagt: *Mer välfärd för samma peng som vi lägger just nu.* Med påfallande stor sannolikhet kommer de här typen av frågorna blottläggas allt mer ju längre utvecklingen av digitaliseringen går. Kry är sannolikt bara en förlöpare i den riktningen.

Ett personligt favoritexempel på detta är att jag ofta hävdar att vi just tack vare digitaliseringen utan problem kunde låta exakt alla svenskar som vill få gå en universitetsutbildning. Idag har vi ju begränsat antal platser. Men jag hävdar med emfas att vi redan idag dels skulle kunna ge alla tillträde, om de ville, och ändå kunna driva hela det svenska universitetssystemet utan mer pengar än vad systemet får idag. Hur? Genom att digitalisera hela det svenska väsendet för högre utbildning förstås. Kostnaderna för plattformarna växer sällan exponentiellt i takt med ökning av användarbasen så därför skulle alla de som idag inte har access till en universitetsutbildning kunna få den, utan ökade kostnader.

 Ja, och den tillgången till utbildning skulle då också gälla personer som redan finns ute på arbetsmarknaden, men som behöver lära nytt. Hela den arbetsföra befolkningen, alltså, i en tid där vissa yrken ser ut att försvinna, andra komma till, men i stort sett alla befintliga yrken förändras. Trygghet på en snabbväxande arbetsmarknad handlar till stor del om möjligheter att löpande utveckla sig själv och sin kompetens. ”Livslångt lärande” har varit ett slagord länge av goda skäl, och idag finns nya möjligheter att göra något åt det, genom att vidareutveckla hur vi utnyttjar styrkorna i både fysiska och digitala möten. Idag tror jag att skillnaderna mellan människor som själva använder sig av nya

möjligheter att lära och de som inte gör det ökar, och att förutsättningarna för hur vi organiserar lärande, och därmed även i vilka sammanhang det sker, har börjat förändras i och med det. Det finns många anledningar att aktivt delta i den utvecklingen, inte minst att det är värdefullt att lära under tiden. Vilka nya möjligheter skapas i och med detta? Det väcker frågor om ansvar och incitament hos alltifrån högre lärosäten till arbetsgivare, fack och individer, och ännu har vi knappt börjat använda möjligheterna på allvar. Men vilka nya utmaningar och risker kommer till?


Ytterligare en fråga handlar förstås om integriteten och vem som har rätt till data.

HB Visst är den frågan intressant, och verkligen redan lyft upp i ljuset av mängder av situationer som vi redan har sett. Rätten att bli rensad från sökträffar på Google. Rätten att inte bli "såld vidare" av någon som har min data, till exempel min Facebook-information.

Samtidigt kan jag tycka att Darja ofta lyft ett intressant och påfallande relevant och kreativt nyskapande argument i den här frågan: Med vilken rätt skall vi få ha rätt att behålla vår integritet på det sätt som vi ser på integritet av idag? För tänk om vi kunde bota cancers gåta om allas våra kollektiva journaler kunde samlas in. Ska vi då låta bli? Och med vilken rätt skall då en enskild individ ha rätt att hindra oss andra att få botemedlet mot cancer?

DI Det jag försöker påminna om är att begreppet integritet får sitt innehåll i en kulturell kontext. Det kan man se på skillnader som att svenskar tycker att personnummer är en självklar grund för en effektiv välfärdsstat och inte särskilt problematiskt ur ett integritetsperspektiv, men i Tyskland är det olagligt att ha sådana nummer på folk. Vi behöver erkänna att det vi försöker göra är att hitta svaret på vad som är ett funktionellt integritetsbegrepp idag, och att det i sig handlar

om avvägningar och kanske till stor del hur vi väljer att implementera olika teknologier. Ett exempel är att Amazon idag har patent på armband som spårar varje rörelse på en lagerarbetare. Det låter som en Orwelliansk mardröm att få knackningar på armen varje gång man är lite ineffektiv på jobbet. Men tänk om armbandet inte påminner vid ineffektivitet, utan vid felaktiga rörelsemönster som på sikt leder till förslitningsskador? Eller om data som samlas framförallt används till att låta alla på lagret gemensamt utvärdera och diskutera hur de kan jobba effektivare tillsammans? Samma teknik kan användas till att övervaka och kontrollera, eller till att öka transparens och lärande. Jag tänker att det kan vara intressant att se att integritet är ett begrepp som till stor del handlar om makten att välja sin egen grad av synlighet för andra, men att en annan aspekt av synlighet kan vara "empowerment". Rätten att få syn på sig själv, sina mönster och kanske också våra gemensamma mönster för en inkluderande dialog.

 Därtill finns redan påfallande intressanta exempel på hur svårt det kommer att bli i framtiden att faktiskt hantera integritet på samma sätt som vi gjort tidigare. AI bygger på lärande. Det lärandet i sin tur byggs upp av exempel. Så antag att vi bygger en bra AI-motor till exempel för sjukvård. Då kan den delvis vara byggd på den data som du en gång givit någon tillstånd att hantera.³ Men antag att du nu vill få bort denna data, eller delar av den: Givetvis bör du då kunna få det. Men hur skall vi då göra AI-processen baklänges? Rent konkret blir frågan följande: Hur skall vi då göra för att göra denna AI-motor dummare än den var tidigare? Mig veterligt har ingen hittills speciellt bra kunskap om hur vi aktivt "av-lär" en AI-motor.

3 Jonas Andersson Schwarz: I maj 2018 uppdagades dock att SKL själva, via innovationskonsortiet Inera, som handhar det hopkopplade journalsystem som landstingen och regionerna har, hade tillgängliggjort detta sammanhållna journalsystem till Kry. För att Kry faktiskt ska få titta i journalerna krävs dock en patientrelation och varje enskild patients samtycke (Yousef 2018). I Storbritannien finns ett ännu mer graverande fall, dokumenterat av Powles & Hodson (2017). Londonsjukhuset Royal Free (som drivs i nationella hälsovårdsmyndigheten NHS regi) skänkte patientdata till Google DeepMind, som experimentell data för företaget att öva sin maskinlärningsalgoritmer på. Patienterna vare sig informerades eller fick ge något meningsfullt samtycke. Varken sjukhuset, NHS eller allmänheten gavs möjlighet att få insyn i vad Google egentligen gjorde med patientdatan; inga tillsynsmyndigheter tillfrågades.

Allt sånt här pekar mot att många sannolikt kommer ändra sin uppfattning om vad som är integritet och inte framöver, och att den kollektivt överenskomna förståelsen av integritet också kan komma att förändras.

Är en sådan AI-motor en allmännyttig resurs eller något som ett storföretag kan och bör äga intellektuellt?

HB Det skulle nog kunna vara både och, eller varken eller. Allt beroende på hur de politiska aktörerna väljer att resonera – nu och framöver.

Argument för en allmännyttig resurs går att återfinna i historien: Där vi idag tycks vara förhållandevis överens om att det är bra att vägar och annan infrastruktur är en allmännyttig resurs. Likadant kunde man resonera kring AI-motorer. Argument mot en allmännyttig resurs går sen också att återfinna i historien: Merparten av grogrunden till svensk infrastruktur (energinät, järnvägsnät, telenät) byggdes initialt ofta med privat kapital. Privat kapital kan vara mer riskbenäget och framför allt mer entreprenörsdrivet. Något som skulle indikera att sannolikheten för att de första stora globala AI-motorerna (redan?) snarare drivs av storföretag än är allmännyttiga resurser. Å tredje sidan var det ingen slump i historien att det offentliga tog över många infrastrukturer. Järnvägen är ett bra exempel. Privat kapital gick i konkurs och bad staten ta över. Vidare blev det då lättare att standardisera spårbredden. Och i dag är nog alla glada över att vi har samma spårbredd mellan Umeå och Malmö, och slipper byta så fort en ny ägare av banan skulle ta vid.

Sammanfattningsvis är det kanske mest troliga därför att anta att det initialt kommer drivas fram AI-motorer primärt med privat kapital som grund, men att det på lång sikt inte alls är givet att så kommer förbli. Det kanske blir allmännyttiga resurser längre fram i tiden än vi kan överblicka just nu, helt enkelt.

”luddit-rörelser” i Sverige (de som slog sönder maskinerna i Englands tidiga industriella historia). Det finns ett starkt arv av ingenjörskap i Sverige, något som ibland resulterat i ett visst inslag av social ingenjörskonst. Denna specifikt teknikpositiva kultur har tveklöst varit värdefull för svenskt digitalt innovationsklimat.


Därtill kan vissa inslag av välfärdssystemens bidrag och stöd ha spelat en roll, såsom det att vi hade offentlig musikskola länge, något som ofta anses kopplat till det svenska musikundret. Så både Robin och Darja kan ha rätt i att vi i Sverige har ett unikt trygghetssystem som har bidragit. Men samtidigt finns det de som hävdar, i alla fall historiskt, att detta i många fall dock utgjort ett hinder för innovation. Det vill säga, ifall entreprenörskap handlar om att primärt våga och vilja ta risker – därtill gärna våga ge sig på det som är svårt – kanske det inte lämpar sig alla dagar för en befolkning som har sin ekonomi tryggad eller där det ansetts riskfyllt att gå i personlig konkurs på grund av dåliga ekonomiska återhämtningsmöjligheter. Med det sagt menar jag dock inte att Robin eller Darja skulle ha fel, för givetvis har de en poäng. Jag menar bara att frågan om ”vad som är hästen och vagnen” ibland kan vara genuint svårt att besvara. Ofta är det flera faktorer som gemensamt bidrar till en effekt.

DI Det håller jag såklart med om. Det intressanta i många av dessa ”stora” frågor är hur lite vi egentligen verkar styra och kontrollera de riktigt stora skeendena, och hur svårt det är att ens i efterhand förstå vad som berodde på vad. Vi är inte superbra på att förstå komplexa system.

HB Visst kan man sedan hävda att det även i Sverige funnits motstånd gentemot nya innovationer tid över annan, ta bara det ambivalenta mottagandet av mobiltelefoni, eller webbsurfande och dataspelande. Just nu diskuteras till exempel huruvida det är ”bra” eller ”dåligt” med mobiler i skolan. Det är en alldeles för förenklad frågeställning. Någonstans vittnar den samtidigt om den genuina

är just vänligt inställda till teknik och snabbbrörliga som konsumenter. Men vi är också få och har ett underligt språk. Om vi utöver de nackdelarna dessutom dras med höga kostnader för systemintegration till system där inget kan prata med ett annat, krånglig lagstiftning och fragmenterad hemmamarknad ner på kapillärnivå för allting från läromedel till hälsoinnovationer, ja då lär våra medborgare få lida. Utvecklingen direkt mot konsument och globalt kommer inte att sakta ner, men skillnaderna mellan vad de kan erbjuda och vad man sitter fast med i Sverige kommer att öka. De innovationer som inte går direkt på konsumentledet behöver bättre förutsättningar att skala i Sverige, både inhemska och utländska sådana.

Slutligen, så kan vi aldrig tävla med Kina eller USA i fråga om att ha tillgång till volymer av kompetens. Vi är för små. Vi behöver därför vara nogga med att ta vara på de talanger och den kompetens vi har. Jag tror också att vi ska fråga oss om det kan finnas något vi kan göra, för att se till att på samma sätt som vi som befolkning var lite tidigare än många andra på att ta till oss internet, att vi kan vara lite tidigare än andra på att anpassa oss till en värld som kräver mera hållbara konsumtionsmönster, globaliserade ekosystem av välfärdstjänster och livslångt lärande. Till exempel.

 Du, Darja, är det egentligen speciellt viktigt att konkurrera med till exempel Kina eller USA? Jag gissar att du inte tänker så. Jag gör i alla fall inte det. Sverige är litet och lär förbli litet. Vi har aldrig någonsin kunnat konkurrera på allvar med de stora aktörerna i världen. Men mig gör det egentligen ingenting alls. Jag gillar vår litenhet. Liten kan nämligen till exempel vara snabbare än den som är stor och trög. Och att vara liten och snabb kan vara absurd lönsamt, minst lika lönsamt som att vara stor och trög. Allt beror givetvis på vilken typ av jämförelse man gör. Mina kommentarer ovan har i huvudsak varit historia och i förhållande till resten av jordgloben. Ser man det så finns nog goda förutsättningar för att de digitala innovationerna kommer att fortgå i svensk framtid. Vår historia och vårt kulturarv ändras inte nämnvärt på ett par år, knappast ens på ett decennium.

Men gör man andra typer av jämförelse är det fullt möjligt att identifiera problem. Framför allt om man sätter frågorna i relation till en eventuell önskan om att på svensk botten bli ännu bättre på digitalt företagande än hittills. Till exempel är det problematiskt med tanke på arbetslösheten att de stora företagen sällan ökar antal anställda i samma omfattning som de ökar sin omsättning.

Sedan har du nog en poäng när du nämner lagstiftning och regelverk. Där kan vara intressant att konstatera att vi sällan i Sverige (kanske inte i andra länder heller) skapar nya lagar och regler innan de behövs. Snarare ändrar vi sådant när verkligheten tvingar dem att ändra sig. Ibland vore det uppenbart bra att kunna göra tvärtom, och till exempel den vägen skapa utrymmen som just nu är hindrade. Men det kanske är för mycket begärt av politiken att våga sig på sådant.

Vidare kan man ju konstatera att Stenbeck hade en poäng när han konstaterade att ”politiken slår ekonomin, men tekniken slår politiken”. Annorlunda uttryckt så har styrkan i den digitala utvecklingen en tendens att med tiden kringgå eller rentav ”få bort” lagar och regler som hindrar att vi kan utnyttja teknikens fulla potential.

Om vi drömmer en stund kan man nog säga så här: Det vore underbart kul om Sverige kunde vara det land som byggde framtidens digitala vård, omställning av energisystemet eller, för den delen, utbildningsystem. Kan vi då bygga några nya plattformar än Spotify och liknande?



Klart att vi kan. Men det är inte rimligt att tro vi kommer att göra det inom alla dessa områden. Dessutom är det inte rimligt att tro dessa kommer förbli svenska, på sikt.



Så vad kan vi då göra för att understödja mera av detta?

DI Jag upplever tyvärr att uppmaningen att agera för svenska plattformar inom till exempel hälsa och smarta städer föll platt till marken i svenska innovationssystemet på den tid det var en realistisk möjlighet. Idag är det lätt att underskatta vilka investeringar som ligger bakom de aktörer som är plattformar idag. Lägg därtill att de i regel startade för kanske ett decennium sedan, på en marknad där ingen annan fanns att konkurrera mot på allvar. Idag slåss alla om värdefulla datamängder såsom hälsodata, information från den smarta staden och annat – och det är otroligt svårt för aktörer som inte redan har tillgång till stora datamängder, kompetens och kapital att ens finnas med på den globala spelplanen. Jag hoppas att några lyckas, och tror att det kanske kan finnas sådana inom blockkedje-området, och annat som har med mer decentraliserade modeller än traditionella plattformar att göra. Till exempel är en intressant ny konkurrent till Uber idag Arcade City, en Uberliknande tjänst där det inte finns en central plattform i vår traditionella mening, utan där blockkedja används för att skapa transparens mellan förare och kund.

Snarare skulle jag vilja uppmana oss själva att fundera på nästa steg. I ett landskap där även plattformsjättar regleras, och där vi vet att internationell lagstiftning trycker på för att stärka individers rätt till dataportabilitet, vilka nya möjligheter öppnas? Hur kan framväxande teknologier som blockkedja och annat öppna upp för nya affärsmodeller som kan ersätta de idag dominerande plattformarna?

Estland, Finland och Danmark ligger på många sätt före oss i att organisera sig för att göra data portabelt och tillgängligt för innovation. De bjuder in till samarbete. Kan vi etablera ett nordiskt perspektiv, och dra nytta av varandra mer? Lägga i en extra växel på lagstiftning som gynnar digital innovation i offentlig sektor, istället för att hämma den. Skapa förutsättningar i form av ansvar, governance-processer, investeringar och överenskommelser mellan viktiga parter på sätt som gör

att vi blir duktiga på att använda digitalisering till det som verkligen behövs; för att förbättra fysisk och mental hälsa, öka möjligheterna till individualiserat och livslångt lärande, ställa om transportsystemet till ett som utnyttjar resurser betydligt mer effektivt, samt skapa förutsättningar för konsumenter att fatta klimatinformerade beslut, och så vidare. Alla dessa är behov som vi delar med större delen av världen och där lösningarna kräver digitalisering – men framförallt förutsätter de att lagstiftning, investeringar och förändringsincitament hänger ihop. Vi borde kunna vara duktiga på det i Sverige, vi säger ju att vi är bra på samverkan.



Ja, vad mer kan Sverige göra för att understödja detta? Frågan är intressant, och inte heller helt lätt att svara på. En tanke är att använda den politiska megafonen, för att föra fram ett mer innovationspositivt budskap. Är det något som politiken är bra på så är det att synas. De har den billigaste publika "sändningstiden" skulle man kunna säga. Så varför använder de inte den? Varför pratar de inte ofta om alla dessa fantastiska innovationer? Varför lyfter de inte upp de nya hjältarna och ställer dem i öppet ljus för alla oss andra att få lära av och lyssna på? Sådant kostar ju dessutom nästan ingenting i jämförelse med att till exempel ge ytterligare ett miljonprojekt till någon offentlig aktör.

Sannolikt gör de det inte, av en rad skäl:

- 1 De vet inte själva vilka dessa hjältar är. Vem skall de välja, så att säga?
- 2 De är fast vid bilder av gårdagens hjältar. Politiken har gamla relationer de vill slå vakt om.
- 3 De är livrädda för att ta en ung hjälte i handen, för tänk om den hjälten med tiden visar sig vara konkursmässig. De försökte tappert under den allra första internet-eran, men brände nog sina fingrar på just det.
- 4 De ser inte detta som sin roll; de vill lagstifta och reglera, inte agera "säljapparat".
- 5 De är själva osäkra på framtiden och föredrar därför att undvika den.

REFERENSER

The Economist (2018). "How to tame the tech titans". 18 januari.

Lobel, O. (2016). "The Gig Economy & The Future of Employment and Labor Law". University of San Francisco Law Review; kommande. San Diego Legal Studies Paper No. 16-223. <https://ssrn.com/abstract=2848456>

Ortega, J. & Hergovich, P. (2017). "The Strength of Absent Ties: Social Integration via Online Dating". arXiv:1709.10478. 29 september.

Powles, J. & Hodson, H. (2017). "Google DeepMind and healthcare in an age of algorithms". Health and Technology, 7(4): 351-367. <https://doi.org/10.1007/s12553-017-0179-1>

SKL (2017). "Ersättning för vård via nätet". Pressmeddelande, 12 maj. <https://skl.se/tjanster/press/nyheter/nyhetsarkiv/ersattningforvardvianatet.12360.html>

Skog, A.; Lewan, M.; Karlström, M.; Morgulis-Yakushev, S.; Lu, Y.; Teigland, R. (2016). *Chasing the Tale of the Unicorn - A study of Sweden's misty meadows*. Center for Strategy and Competitiveness, Stockholm School of Economics Institute for Research. Maj.

Socialstyrelsen (2017). Utvecklingen av psykisk ohälsa bland barn och unga vuxna till och med 2016. December.

Unionen (2016). Plattformsekonomi och den svenska partsmodellen.

Yousef, T. (2018). "Vårdföretag fick tillgång till journaler - landstingen visste inget". SR P4 Östergötland. 20 maj. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=160&artikel=6956250>

ALGORITMERNAS ROLL I PLATTFORMS- SAMHÄLLET

—

—

—

—

—

—

VAD ÄR ALGORITMER, OCH VAD GÖR DEM TILL SÅ VIKTIGA KOMPONENTER I PLATTFORMS- SAMHÄLLET?



JUTTA HAIDER är docent i biblioteks- och informationsvetenskap vid institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet. Hennes forskning är inriktad mot digitala kulturers förändrade förutsättningar för kunskap och information.

OLOF SUNDIN är professor i biblioteks- och informationsvetenskap vid Lunds universitet, och har forskat och skrivit om de automatiserade sållningar, hanteringar och beräkningar av information som iscensätts av digitala plattformar.

INTERVJU MED JUTTA HAIDER OCH OLOF SUNDIN AV JONAS ANDERSSON SCHWARZ

STRUKTURELLT SETT ÄR digitala plattformar informationstekniska system, och i samma omfattning som deras närvaro ökar i olika samhällssektorer så ökar också i någon mening omfattningen av deras påverkan av samhällets organisering. Som konstaterats i bokens introduktion samt i Joakim Wernbergs initiala, orienterande kapitel så handlar plattformisering i många avseenden om att förmedla information mellan olika intressenter, och begrepp som INFORMATIONSOVERFLÖD och SÖKKOSTNADER blir högst reella begrepp. Därtill kan digitala plattformar ses som veritabla ”svarta lådor” där de inre mekanismerna för automatisk sortering, verifiering, filtrering och andra former av informationshantering förblir dolda för omvärlden.

BIG DATA är ett annat begrepp i tiden, där definitionerna är många. Generellt kan man säga att det hänvisar till databehandling där datavolymerna är så stora att analysen börjar ta fasta på egenskaper som framträder i just stora datamängder; dessa egenskaper går sällan att se i mindre datamängder. Men ur det samhällsorienterade perspektiv vi tar i den här boken är det riktigt intressanta rimligtvis varken storleken på

och även som en sorts etikett för det som vi inte riktigt kan kontrollera i vår digitaliserade värld. Det finns en oro över att vi inte vet vad vi ser eller vad vi inte ser, vem som fattar datorbaserade beslut osv där algoritmer blir ett slags fenomen – tillsammans med just big data – där människors osäkerhet och avsaknad av kontroll kan knytas till.

I samhällsforskningen kring algoritmer kan man, precis som i forskningen kring plattformar, finna en debatt om hur begreppen ska definieras. Det finns olika tolkningar, där man kan jobba med olika snävhet i definitionen.

Å ena sidan finns kultur- och samhällsvetenskapens mer språkfilosofiskt orienterade, mycket breda syn på algoritmer – som jag tycker du ger prov på ovan, Olof, när du pratar om algoritmer som ”recept”, formaliserade instruktioner och så vidare. Det här är helt och fullt i linje med ett antropologiskt synsätt, där språket betraktas som människans första kulturella teknologi, i det att ord gör saker. Språket låter abstrakta tankar äga rum som talade eller skrivna instruktioner, vilket i sin tur producerar materiella resultat. Algoritmer är formaliserad, kodifierad ordergång skulle man kunna säga.²

Datalogin och informatiken, å andra sidan, har en snävare definition som rent konkret handlar om exekverbara instruktioner. Enligt den tolkningen är den rena algoritmen själva datorkoden, den matematiska instruktionen, och bör inte sammanblandas med det större sociotekniska constellationer där koden så att säga äger rum.³

Intellektuella resonemang om algoritmer kännetecknas därmed av en rad motsättningar. Å ena sidan antas algoritmer vara kraftfulla saker som styr, dömer, sorterar, reglerar, klassificerar, påverkar eller på andra sätt disciplinerar världen. Å andra sidan antas algoritmerna vara

2 Goffey (2008)

3 Här ingår en rad olika artefakter och processer: modellering, målbild, data, träningsdata, applikation och hårdvara. Se Gillespie (2016).

svårfångade och ööverskådliga – vissa menar att de praktiskt taget blir omöjliga att studera.⁴

Vilken definition lutar ni er själva mot i ert arbete med algoritmer?

OS Ja, denna skillnad i synen på vad algoritmer är gör, precis som du skriver, att det ibland är svårt att kommunicera över disciplinränder. Kommandes från gränslandet mellan humaniora och samhällsvetenskap har vi en bredare förståelse av vad algoritmer är, eller kanske snarare vad den gör, jämfört med en snäv matematisk definition. Vår syn inbegriper det som du benämner som det större sociotekniska assemblaget. Som icke datavetare studerar vi heller inte algoritmer som sådana, utan snarare algoritmernas konsekvenser för människor och grupper i olika roller i livet och människors och grupperns förståelse och strategier i relation till algoritmer. Samtidigt är inte algoritmer stabila objekt som existerar enbart som någon slags ”oberoende variabler”. Algoritmer görs ständigt i användning. Nick Seaver argumenterar för att vi bör studera ”algorithms as culture” och inte enbart ”algorithms in culture”.⁵ Algoritmer för oss är alltid algoritmer som existerar och utspelar sig i samhället och vår kultur. I den bok vi nyligen lämnat in manus för⁶ är det just användning av algoritmer – mer specifikt användning av sökmotorer – och förhållningssätt till denna användning i en bred förståelse som är i fokus.

JH Samtidigt kan en mer avgränsad och igenkännbar definition av vad en algoritm är – en uppsättning regler eller instruktioner som löser vissa uppgifter eller problem – också fungera för att skapa en grundförståelse för algoritmer och vari utmaningar med algoritmisk styrning i olika sammanhang kan ligga. Och i den dialog som vi har med forskare från discipliner utanför humaniora och samhällsvetenskap är det viktigt att in ta de andras perspektiv. Det är så många viktiga frågor som kräver multidisciplinär forskning och det är förstås en

4 Van Couvering (2007)

5 Seaver (2017)

6 Haider & Sundin (kommande, 2019)

kinesiska statens *social credit system*, som kopplar storskalig och detaljerad övervakning av människors aktiviteter till ett poängsystem som reglerar tillgång till tjänster och rätten till deltagande i samhället. Marina Svensson skriver om detta i den här antologin, men den utveckling hon beskriver ser jag inte som en överhängande risk i Europa just nu. Dock kan man, i en eller annan form, förvänta sig att de möjligheter till profilering som datan som genereras av plattformsaktörerna och andra aktörer också kommer att användas av staten och av privata företag och att det kommer att ske i betydligt större utsträckning än idag. Vissa försäkringsbolag har börjat agera på sådana sätt. Ju mer data som finns tillgänglig om oss, desto större blir inte endast möjligheterna utan också farorna. Det skapar förutsättningar för kontroll och övervakning som vi inte ens kan föreställa oss. Nyligen köptes dating-appen Grindr av ett kinesiskt företag, vilket leder till osäkerhet kring vilken tillgång den kinesiska staten har till personlig, rentav väldigt intim data kopplat till Grindr. Plattformer är globala och ägarskapet kan förändras.

Det är onekligen mycket intressant med den tänkta relevans ni nämner här. Givetvis rör det sig alltid om uppskattningar, gjord av plattformsföretagens egna analytiker, av vad användarna förutsätts vilja ha. Dessa uppskattningar är baserade på kvantitativa mätningar där vissa grupper av användare utsätts för experiment i realtid, de kan till exempel exponeras för en ny sorts filtrering av informationsflödet, medan andra grupper inte möts av de förändrade inställningarna och därmed används som kontrollgrupper. Det är intressant hur begreppet "relevans" så lätt tycks tas för givet, och rentav ses som objektivt av användarna själva, eller av kommentatorer i debatten kring dessa tjänster. Det är som att vi hänger oss åt ett sorts magiskt tänkande där vi tror att utformningen av dessa tjänster är baserad på användarnas egna, genuina behov och begär. Men detta kan ju inte vara fallet. Det rör sig om uppskattningar gjorda av plattformsföretagen själva, i ett visst syfte dessutom. Dessa uppskattningar är så klart formade av en rad olika värderingar som plattformsföretagens medarbetare hyser,

OS

Personaliseringen i Facebook är betydligt större än hos Google Sök. Det som upplevs vara relevant för en individ är inte nödvändigtvis relevant för en grupp. Ett exempel som kan användas här är vaccindebatten. Om en användare av exempelvis Facebook interagerar mycket med vaccinskeptiska grupper och personer exponeras den typen av information i än större utsträckning. Det som syns i flödet om vaccin upplevs med stor sannolikhet som relevant av användaren, men utifrån ett samhällligt perspektiv kan denna upplevda relevans snarare vara ett problem. Det går till och med att hävda att den individuellt upplevda relevansen av information kan utgöra en direkt utmaning av en samhälllig relevansbedömning av information om vaccin då exempelvis mässlingsvaccin bygger på att en tillräckligt stor andel av befolkningen vaccinerar sig. I en nyhetsvärdering gjord av en tidningsredaktion torde denna samhällliga relevans åtminstone utgöra en aspekt. Samtidigt är idag förstås nyhetsredaktionernas värderingar beroende av hur enskilda artiklar flyter runt i sociala medier. Det är därför rimligt att tänka sig att den samhällliga relevansen ges mindre betydelse av etablerad media i morgon än igår. Det är därför viktigt att det finns aktörer i samhället som bygger sin relevansbedömning på åtminstone delvis andra grunder. Skolan bör till exempel inte justera innehållet i sin undervisning om vaccin beroende på upplevd relevans hos eleverna. När undervisningen är organiserad så att eleverna själva ska söka och kritiskt granska information kan den potentiella krocken mellan olika sorters relevans bli särskilt tydlig. Skolans, liksom många andra samhällliga aktörers, svar lyder då ofta ”källkritik”, men vem som helst kan numera hitta stödjande dokument (i den betydelse som Jutta ger dokument ovan) som stödjer ett påstående. Källkritik ges av många idag rollen som lösningen på många av de utmaningar som följer med sociala medier och sökmotorer. Ropen på mer källkritik hörs allt oftare, men när vi ges tid till lite eftertanke kommer vi förhoppningsvis tala mer om vilka begränsningar den traditionella synen källkritik trots allt har.

JH

En debatt om källkritik är central och den blir viktigare ju osynligare plattformarna som är inbyggda i vår vardagens olika prylar

faktiskt fungerar får vi till stora delar gissa oss till. En annan anledning till människors oro är i relation till detta att grunderna för beslutsfattande tycks bli svåra att komma åt. Ju mer spår vi lämnar på nätet, desto mer data genererar vi till beslutsfattande om oss. Ju mer uppkopplade också saker – högtalare, bilar och inte minst vi själva genom exempelvis stegräknare – desto mer data levererar vi. Denna data kan sedan leda till ett antal beslut, till exempel om försäkringspremier för bilen och kanske för din sjuk- eller hemförsäkring.

JH Det som är intressant är också hur användningen av dessa uppkopplade prylar tydliggör att makt inte är enbart någonting som kommer uppifrån och förtrycker så att säga utan är utspridd och en del av hur vi dagligen agera och där vi också reproducerar den. Det är en syn på makt som har utvecklats av den franske teoretikern Michel Foucault. Makt handlar alltså inte enbart om en persons makt över en annan, dvs ett förtryck ovanifrån, utan alla är delaktiga i upprätthåller maktrelationer och även motstånd eller hjälpsamma handlingar är en del av maktstrukturerna. Den är inte enbart negativ utan också produktiv.


Isobel Hadley-Kamptz hänvisar i ett av antologins bidrag till medieforskaren Zeynep Tufekcis resonemang om hur till exempel bipolära personer med maniska personlighetsstörningar är relativt enkla för självlärande algoritmer att identifiera utifrån personernas internetbeteende.

Vad är er kommentar på detta? Finns det fler exempel på "sidoeffekter" hos de algoritmer som nu börjat appliceras på den sociala världen i stor skala, som inte ens de som bygger och implementerar algoritmerna har vetskap om? Hur ska man i sådana fall förhålla sig till detta regleringsmässigt? Lösningen kan väl knappast vara att helt och hållet förbjuda algoritmer?

JH Att detta är etiskt djupt problematiskt det tror vi är alla överens om. Hur kommer man åt det? Kanske om man tänker på samma

sätt som man gör kring forskningsetik kan man närma sig en lösning. Alltså att tvingas ta ställning till möjliga konsekvenser för individer och samhället även konsekvenser som är ”collateral damage”. Ytterst handlar det om vad vi värderar högre, möjlighet till ökad försäljning för företag eller personlig integritet och samhälleligt ansvar. Det handlar alltså om vad som anses väga tyngre, inte att det ena eller det andra fullständigt slår ut det andra, helt så enkelt är det sällan.


Finns det några risker med att vi av de här anledningarna överskattar algoritmernas roll, och – i förlängningen – plattformsföretagens makt?

 Hela den problematik som rör algoritmer i relation till filterbubblor, automatiskt fattade beslut och så vidare kommer rimligtvis bara att öka. Vi är ännu bara i början av en utveckling som utifrån medborgarnas perspektiv lång ifrån endast är positiv. Inte minst gäller det bristen på insyn när algoritmer och data samexisterar mellan tjänster i algoritmiska system. Det är otroligt svårt att överblicka konsekvenserna av vad vi gör på nätet när data flödar mellan tjänster. Cambridge Analytica-skandalen 2018, som ju också nämns i den här bokens introduktion, visade just på detta. Vad som bidrar till problematiken är den monopolsituation som många företag har, såsom Google. Därför tror jag inte vi har anledning att överskatta plattformsföretagens makt.

Möjligen kan man nyansera just algoritmernas roll till att även diskutera det ansvar vi medborgare har när vi förser sociala nätverkstjänster med data. Algoritmerna fungerar inte utan den massiva mängd data vi sprider runt omkring oss och i någon mån har människor ett ansvar här. För drygt ett år sedan möttes många av oss av en grov rasism i Facebook när diskussionen kring Åhléns reklam där en mörk pojke var iklädd stjärngossedräkt. Det var visserligen Facebooks algoritm och dess uppmuntran till interaktion som låg där i grunden, men det var användarnas beteenden som synliggjorde och spred rasismen hos ett fåtal till väldigt många människor. En rasistisk kommentar kan generera massor

av kritiska kommentarer, vilket i sin tur ökar synligheten för den första rasistiska kommentaren. Interaktion belönas med synlighet. Sedan har förstas massmedierna ett stort ansvar att inte alltid svälja betet och plocka upp fenomen som får orimligt stort utrymme i sociala medier. När vi exempelvis tänker tillbaka på vilket utrymme som medierna gav till vissa ytterlighetspartier inför valet i september så speglade det valresultatet dåligt.

Sedan måste vi som har ett kritiskt perspektiv alltid påminna oss om allt positivt som algoritmer och plattformsföretag förser oss med. Vi är ju också användare, och vi är det av en anledning.

 Sedan finns risken uppenbar att man alltid ser en teknisk ”fix” som lösning på tekniska problem. Nya och förbättrade algoritmer blir lösningen och risken är att man endast därmed förstärker synen på teknik som neutral. Det gör människor ännu osynligare, trots att det är många människor involverade vid framtagningen av nya algoritmer. Vi måste även ha samtal om vilken data som används för att träna algoritmerna. Vilka föreställningar finns inskrivna i urvalet som ligger till grunden för ett tränings-dataset? Det gäller alla sorters algoritmer. Algoritmer som används för att fastställa vem som har rätt till försörjningsstöd, sådana som används för att hitta spår av sjukdomar eller riskgrupper i medicinsk data, de som används för att förutse kriminellt beteende eller som ”bara” ska bestämma vilken reklam eller jobbbannons ska visas till vilken grupp av befolkningen i sociala medier. Kate Crawford som forskar vid Microsoft Research skiljer i sammanhanget mellan ”representational harm” och ”allocative harm”⁸. Den senare beskriver skador som handlar om tilldelning av resurser, den förstnämnda avser skador som uppstår genom hur grupper representeras på ett sätt som ofta bekräftar och förstärker fördomar. Båda två är bra begrepp för att beskriva möjliga konsekvenser av att vissa beslut automatiseras utan att tillräckligt mycket reflektion ägnas åt de inbyggda värderingar som finns i algoritmen och i den data som den övar på.

8 Crawford (2017)

för medborgare att överklaga. Sedan är det möjligt att argumentera för att vissa kommersiella tjänster antingen är så vitala för samhället eller för att de har en så stor dominans på marknaden att de borde ses som viktigt att öppna upp transparensen. Jag tänker då inte minst på megaplattformarna Google, Apple, Facebook, Amazon och Microsoft som tillsammans har en kraftfull och oroväckande dominans i västvärlden. Här borde politiker ställa betydligt större krav på att öppna upp den svarta lådan. Man kan beskriva plattformarnas grundläggande funktion i samhället och deras samtidiga tilltagande osynlighet också in termer av att de fungerar som en infrastruktur. Man har börjat pratar om en *plattformisering av informationsinfrastrukturen*¹² för att fånga detta. Kopplingen mellan teoribildning kring plattformar och den betydligt mer omfattande och också äldre litteratur kring infrastrukturer, och särskilt informationsinfrastrukturer, är spännande och jag tror att den komma att leda oss vidare.

Slutligen så kan vi observera ett delikat problem för just ert område – biblioteks- och informationsvetenskapen – som Clifford Lynch¹³ nyligen har beskrivit.

Han menar att de nya sociotekniska infrastrukturerna är för stora, för komplexa och för omgärdade av hemlighetsmakeri (affärshemligheter, proprietära komponenter, intellektuell egendom såsom patent/upp-hovsrätt/mönsterskydd, personskydd osv) för att det ska gå att arkivera det innehåll som ryms på plattformarna på något vettigt sätt. Ifall man vill bevara Facebook-innehåll för framtida forskning, till exempel, så kan man aldrig fånga de dynamiska elementen som nyhetsflöden och interaktiva funktioner inbegriper, eftersom dessa är beroende av överskådligt många tekniska och sociala komponenter.


Därför, menar Lynch, återstår det mest bara för forskarna och arkivierna att dokumentera det som äger rum så godt det går, men i samma

12 Plantin m.fl. (2018)

13 Lynch (2017)

ögonblick en gör det så är man utlämnad åt en rad svarta lådor; tekniska apparater vars sätt att fungera är helt oklart för observatören. Eller, menar han, så får bibliotek och andra minnesinstitutioner skriva avtal med kommersiella operatörer som Facebook där dessa kommersiella företag lovar att upprätthålla materialet på sina servrar för framtida dokumentation. Återigen står kunskapssamhället utelämnat till näringslivet, och blir helt beroende av storföretagens godtycke. Väljer Facebook att stänga ner en viss funktionalitet på sin plattform riskerar dokumentationen av allt som ägt rum genom den funktionaliteten att släckas ner och gå förlorad för alltid.

Håller ni med? För att sammanfatta, vad anser ni vara de mest oroväckande aspekterna av det jag beskrivit här?

 Det som Lynch här beskriver är förstås sant, både när det gäller arkivariers och bibliotekariers professionella arbete med sociala medier samt när det gäller forskarsamhällets försök att utforska de fenomen som sociala medieplattformar och sökmotorer genererar. Samtidigt är de problem som minnesinstitutionerna har härvidlag långt ifrån enbart tekniska. De är lika mycket en fråga om en avsaknad av samhällelig förståelse för betydelsen av att spara vårt kollektiva minne för eftervärlden. Där tryckt media går under pliktlagen fungerar motsvarande för digitala publikationer inte lika väl, bland annat för att inte bloggar och sociala medier innefattas av lagen. Det finns enorma blindade fläckar avseende vad minnesinstitutionerna sparar för eftervärlden, jämfört med hur det var i den pre-digitala eran. Om detta skriver KB själva i sin rapport *Plikten under lupp*.¹⁴ Vi tvingas därför till stor del att förlita oss på företagens egen vilja att arkivera och lagra exempelvis Twitter- och Facebook-data och avtal som det Lynch beskriver kan förstås vara en idé. 2018 kommer KB att göra ett nedslag genom att bevara digital information i samband med valet, även bloggar och Twitter.

14 Konstenius (2017)

JH Samtidigt skapar vi betydligt mycket mer medierad information nu än tidigare och allting kan helt enkelt inte bevaras, eller bör ens bevaras. Vi behöver samtal inte bara om hur vi bevarar men också om hur vi glömmer – på ett samhälleligt plan, liksom privat. En del intressanta samtal fördes i samband med att ”rätten att bli bortglömd”-lagstiftningen infördes inom EU och dessa måste vi fortsätta med. Samtidigt blev det då väldigt tydligt vilken makt Google har över information och därmed över våra relationer till varandra, till samhällsinstitutionerna och till vår egen historia.

OS För oss forskare är det minst lika komplicerat. För det första: När det gäller den vetenskapliga litteraturen har biblioteken i mångt och mycket gått från (behövt gå från) att köpa in och bevara fysiska böcker och tidskrifter till att förmedla tillgång till digitala texter som ligger på servrar någon helt annanstans. För det andra, och för att komma tillbaka till dagens plattformsföretag: I många fall har vi inte endast användningen av vissa digitala tjänster som forskningsobjekt utan vi använder också samma företags tjänsters verktyg och metoder. Sökmotorers och sociala mediers funktionalitet uppdateras ständigt och det finns inte någon neutral utgångspunkt utifrån vilken stabila kontrollerade studier kan göras. Dessutom är de etiska reglerna som gäller för forskningen inte riktigt skapade för dagens förutsättningar. Det finns stora skillnader på vilka krav som ställs på forskare jämfört med på journalister eller ännu mer de krav som ställs på företagen själva. Ta exempelvis Twitter. Allt som skrivs där kan läsas av alla – till och med utan konto. Den typ av efterforskning som journalister regelbundet gör för att med citat beskriva vad som sägs där, är långt ifrån säkert att en av de regionala etikprövningsnämnderna skulle godkänna i ett forskningsprojekt.

JH Sedan går det att se plattformsföretagens produktutveckling som en form av forskning där vi som användare ingår som försöksobjekt utan att veta om det. I ett uppmärksammat tal år 2012 så nämner Googles economichef Hal Varian helt öppet att varje gång man

REFERENSER

- Bolin, G. & J. Andersson Schwarz (2015). Heuristics of the algorithm: Big Data, user interpretation and institutional translation. *Big Data & Society*, 2(2).
- Bozdag, E. (2013). Bias in algorithmic filtering and personalization. Ethics and *Information Technology*, 15(3): 209–227.
- Van Couvering, E. (2007). Is relevance relevant? Market, science, and war: Discourses of search engine quality. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3): 866–887.
- Crawford, K. (2017). The Trouble with Bias. Keynote, NIPS 2017. [HTTPS://DATAHUB.PACKTPUB.COM/MACHINE-LEARNING/20-LESSONS-BIAS-MACHINE-LEARNING-SYSTEMS-NIPS-2017/](https://datahub.packtpub.com/machine-learning/20-lessons-bias-machine-learning-systems-nips-2017/)
- Gillespie, T. (2016). Algorithm. I: Peters, B. (red.) *Digital Keywords: A Vocabulary of Information Society and Culture*. Princeton & Oxford: Princeton University Press, 18–30.
- Goffey, A. (2008). Algorithm. I: Fuller, M. (red.) *Software studies: A Lexicon*. Cambridge, MA: MIT Press, 15–20.
- Haider, J. & O. Sundin (kommande, 2019). *Invisible Search and Online Search Engines: The ubiquity of search in everyday life*. London & New York: Routledge.
- Introna, L.D. & H. Nissenbaum (2000). Shaping the Web: Why the Politics of Search Engines Matters. *The Information Society*, 16(3): 169–185.
- Konstenius, G. (2017). *Plikten under lupp! En studie av pliktlagstiftningens roll, utformning och relevans i förhållande till medielandskapets utveckling*. Kungliga biblioteket, dnr: 1.1.5-2017-112.
- Lynch, C. (2017). Stewardship in the ‘Age of Algorithms’. *First Monday*, 22(12). doi: [HTTP://DX.DOI.ORG/10.5210/FIRSTMONDAY.V22I12.8097](http://dx.doi.org/10.5210/firstmonday.v22i12.8097)
- Mager, A. (2012). Algorithmic Ideology: How capitalist society shapes search engines. *Information, Communication & Society*, 15(5): 769–787.
- Plantin, J.C., C. Lagoze, P.N. Edwards, & C. Sandvig (2018). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media and Society*, 20(1), 293–310. <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>
- Rieder, B. & G. Sire (2014). Conflicts of interest and incentives to bias: A microeconomic critique of Google’s tangled position on the Web. *New Media and Society*, 16(2), 195–211. [HTTPS://DOI.ORG/10.1177/1461444813481195](https://doi.org/10.1177/1461444813481195)
- Schwartz, B. (2012). Just Testing: Google Users May See Up To A Dozen Experiments. *Search Engine Land*, 5 december.
- Seaver, N. (2017). Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, 4(2). doi:10.1177/2053951717738104
- Shore, C. & S. Wright (2015). Governing by numbers: Audit culture, rankings and the new world order. *Social Anthropology*, 23(1), 22–28.
- Star, S.L. & J.R. Griesemer (1989). Institutional ecology, translations and boundary objects: Amateurs and professionals in Berkeley’s Museum of Vertebrate Zoology, 1907–1939. *Social studies of Science*, 19(3), 387–420.
- Tufekci, Z. (2018). YouTube, the Great Radicalizer. *New York Times*, 10 mars.

PLATTFORMAR OCH SAMTYCKE

—

—

—

—

—

—

—

HUR VI AVTALADE BORT BÅDE DET PRIVATA OCH DET OFFENTLIGA RUMMET – OCH HUR VI KAN FÅ DEM TILLBAKA

—

—

PÄR LANNERÖ är konsult inom digital hållbarhet på Metamatrix AB. Han har arbetat mycket med digitalisering av offentlig sektor och digital tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning, och har bred kunskap om infrastrukturella aspekter av internet och digitalisering.

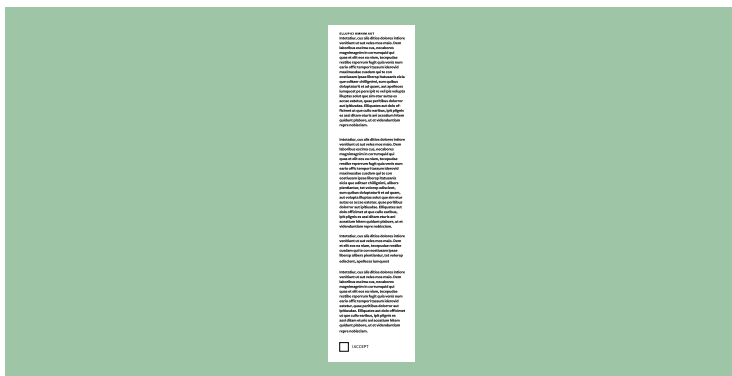
” *Samtycke baserat på tillit kan många gånger innebära ett bättre skydd för individens intressen än informerat samtycke. Det finns många tänkbara sätt att uppnå meningsfullt samtycke. Kan man till exempel låta användaren påverka de avvägningar som görs i avtalen blir samtycket mer meningsfullt.*”

Det finns många typer av plattformar och de definieras på annan plats i denna antologi.

En hel del funktionalitet har till exempel flyttat från den öppna webben till någon av ett fåtal dominerande app-plattformar, samtidigt som både samtalsforum och nyhetsförmedling koncentreras från tusentals webbplatser till en handfull sociala medieplattformar. Det offentliga samtalet har så att säga flyttat från en vidsträckt allmänning till ett fåtal stora men inhägnade områden. På liknande sätt har försäljning av varor i stor utsträckning flyttat från myriader av enskilda e-handlare till stora digitala köpcenter.

Förändringen har inte skett utan anledning. Ett inglasat privat köpcentrum eller ett så kallat ”gated community” är ofta tryggare och mer välordnat än torget och gränderna. Och jag handlar hellre hos Amazon än hos en okänd liten butik. AppStore/iTunes har förhindrat mängder av skadlig kod och förenklats betalningar. Utan Google skulle vi lätt gå vilse. Och Facebook är en fantastisk mötesplats och nyhetskanal.

Men plattformarna är varken helt privata eller helt offentliga rum. Alla som vill använda dem – och det går nästan inte att klara sig utan – måste godkänna ägarens villkor.



Plattformarnas portar utgörs av finstilt information. Den upplevs som ogenomtränglig så de allra flesta smiter helt enkelt förbi.

Bara en försvinnande liten del av oss har tagit del av villkoren. Vi är alltså dåligt informerade men samtycker ändå. Vi upplever att vi både saknar realistiska alternativ och förutsättningar att förstå och påverka villkoren. Enligt Ewa Luger från Microsoft Research har endast knappt 57 procent av Storbritanniens vuxna befolkning tillräcklig läskunnighet för att överhuvudtaget ta sig igenom ett genomsnittligt dokument med användarvillkor.³ Mindre än en procent läser dem och ägnar då i snitt bara 30 sekunder. Vi blundar, håller fingrarna i kors och hoppas på det bästa. I praktiken har vi inget val.

Norska konsumentorganisationen Forbrukerrådet⁴ läste i direktsändning igenom användarvillkoren för de appar som fanns på en genomsnittlig norsk mobiltelefon. Det tog närmare 32 timmar. Och forskare vid Carnegie Mellon-universitetet har räknat ut att det skulle flera veckor per år att hålla sig à jour med villkoren till de webbtjänster som en genomsnittlig amerikan utnyttjar.⁵



Plattformarna bestämmer ensidigt villkoren. Och de vill ha dina data.

Det tycks ligga i den mänskliga naturen att vi vill komma vidare, och att ställas inför svåra val upplevs som ett hinder på vägen. Därför tar vi genvägen.

3 Luger (2013)

4 Forbrukerrådet (2016)

5 McDonald & Cranor (2008)

ÄR DET VERKLIGEN SÅ ILLA?

Många tänker nog att detta är ett marginellt problem. Oftast råkar vi väl inte illa ut, trots att vi inte läser villkoren, och det går att fatta minst lika välgrundade beslut med vägledning av varumärkeskännedom och genom att göra som alla andra? Man tror nog också att det alltid finns ett visst skydd som inte går att avtala bort, genom konsumentköplagar och liknande.

Det stämmer ibland, men faktum är att den djupt rotade kulturen av slentrianmässigt samtycke medför en hel mängd problem och risker.

Vad kostar egentligen ”gratis”?

Kostnaden för att erbjuda digitala tjänster (lagring, bearbetning, kommunikation, innehåll...) är betydligt lägre än traditionella motsvarande tjänster, men den är inte noll. Många leverantörer kan alltså erbjuda tjänsterna nästan gratis, men inte helt.

När jag skickar ett fysiskt paket eller meddelande betalar jag porto. Antag att jag kunde skicka det gratis, men att tjänsteleverantören ville ta del av min adressbok, veta vad jag gillar, var jag brukar vara, vad jag har köpt och så vidare. Det skulle vara ganska märkligt. Men på nätet är det vanligt.

Det vi konkret lämnar ifrån oss som betalning är vanligtvis data om oss själva. Därför pratar vi ofta om den datadrivna ekonomin. Men även om vi lämnar ifrån oss data är det inte detta vi upplever som en kostnad. Egentligen är betalningen en diffus överföring av kontroll. Eller makt, om man så vill. Låt mig bryta ner denna maktaspekt i fem underområden:

Påverkan

Våra data används främst för att påverka vår konsumtion. Indirekt finansierar detta tjänsterna, vilket de flesta upplever som skäligt. Kanske till och med solidariskt, med tanke på att kostnaderna därmed uppbärs av var och en efter förmåga, medan de digitala tjänsterna i princip kan nyttjas fritt av var och en efter behov. En skenbar vänsterutopi trots att de digitala produktionsmedlen övervägande ägs och kontrolleras av amerikanska kapitalister?

Men data används också för att manipulera vårt beteende på andra områden (politik, kultur, religion, hälsa, familjeliv...). Och det är mycket svårt att veta eller påverka i vilken utsträckning vi utsätts för sådant.

Valfrihet

Genom att vi inte ser den verkliga kostnaden är det svårt att undvika oskälliga erbjudanden. Hur ska jag veta om appen är värd ”priset” när beloppet är noll kronor?

Vilka incitament har plattformar att konkurrera och bli mer ansvarsfulla när ingen jämför varken pris eller villkor. Och hur ska leverantörerna ens få veta vad konsumenterna tycker är viktigt, när dessa inte ser de långsiktiga konsekvenserna av sina val.

Genom att konkurrensen mer eller mindre sätts ur spel av ”gratis”-kulturen och många tjänster innehåller element av kommunikation blir det ofta nödvändigt att välja den dominerande aktören. Hur kan jag ringa på nätet utan Skype? Hur kan jag orientera mig utan Google? Hur kan jag vara socialt relevant om jag inte finns på samma plattform som vännerna?

Tid och energi

Eftersom plattformarna tjänar mer pengar ju starkare relation vi har med dem så optimeras de inte för ökad nytta för användarna utan för att vi ska ägna dem mer tid och uppmärksamhet.

Förutom att användare i praktiken inte har förutsättningar att ta till sig villkoren innebär samtyckesdialogerna ständigt ett litet stresspåslag. Samtyckesdialoger är energikrävande för alla, särskilt för personer med vissa funktionsnedsättningar.

Demokrati och yttrandefrihet

En demokrati behöver offentliga mötesplatser dit alla har tillträde – oavsett ekonomi, kontakter eller status. Att dessa värden har bred förankring bekräftas av grundlagens skydd för yttrande-, informations- och mötesfrihet.⁶ Plattformssamhället känns nästan som det offentliga rummet, men det kan vara exkluderande. Bara den som accepterar ägarens villkor, accepteras av ägaren och har rätt utrustning kan vara med.

Eftersom vi inte känner till vilka regler som gäller på plattformarna riskerar vi dessutom att bryta mot reglerna (och bli utkastade utan att veta varför eller kunna göra något åt det).

När nyhetsförmedling sköts av ett fåtal plattformar får de stor makt. Flera episoder kopplade till plattformarna Facebook och Google har illustrerat att deras kontroll över informationsflöden kan få stora konsekvenser både för individ och samhälle. Det gäller både yttrandefrihet, omvärldsbild och möjligheten för alternativa mediehus att överleva.

6 Riksdagen (1974)

Vissa digitala plattformar säljer mina data till högstbjudande. Vad gör det med min yttrandefrihet? Hur påverkar det mina försäkringspremier? Hur påverkar det mina karriärmöjligheter och mina möjligheter att låna pengar i banken? Hur påverkar det möjligheten för samhället att rekrytera personal till utsatta positioner, eller erbjuda skyddade identiteter?

En betydande del av alla användaravtal på nätet innehåller en klausul om att leverantören när som helst har rätt att ändra dem, och användaren anses ha accepterat förändringarna genom att fortsätta använda tjänsten. Vid konferensen *Meaningful Consent in the Digital Economy* vid University of Southampton i februari 2015 sa att det var mer än hälften. I min egen granskning av 22 avtal förekom en sådan klausul i sju fall.⁷ Detta bidrar naturligtvis till att samtycke på nätet har fått något utav ett löjets skimmer över sig. Kan man ta samtyckesdialoger på allvar när de i praktiken innebär att man skriver under en blank check? Risken är att det ständiga flödet av meningslösa samtycken skadar det allmänna rättsmedvetandet. Varför respektera avtal och samtycken när det är omöjligt att veta innebörden?

DIGITALISERINGENS MÖJLIGHETER UTNYTTJAS alltså inte fullt ut. Försiktiga personer väljer att inte utnyttja alla möjligheter, eftersom de är osäkra på villkor och konsekvenser. Antingen väljer de digitalt utanförskap eller att vara hämmade i sin användning. Hur stor nytta/nöje ger sociala medier för den som inte vill blanda in några personuppgifter? Hur ska delningsekonomin uppnå sin potential om de mest seriösa användarna inte vågar lita på plattformarna?

Om användare i samband med samtycke till villkor på nätet faktiskt skulle ta ställning till alla dessa diffusa risker så kanske de hellre ville

⁷ Lannerö (2012). Nota bene: Detta var före implementeringen av GDPR.

GDPR skulle kunna få som effekt att konsumenterna blir mer medvetna, får bättre förutsättningar att göra aktiva val och i förlängningen att deras intressen tillgodoses bättre. Men effekten kan också bli att mängden samtycken och villkorstexter ökar, utan att användarna i praktiken blir så mycket klokare. GDPR medför inte med automatik att problemen försvinner. Risken är att nätets aktörer kommer att fortsätta inhämta meningslösa samtycken, även om användare rent formellt delges information. Det återstår att se.

Oavsett detta så finns det fler idéer om hur situationen kan förbättras. Under fem års arbete med projektet *CommonTerms*¹⁰ fick jag kontakt med ett stort antal aktörer som med olika utgångspunkt har bearbetat problematiken som omgärdar det som ibland kallas för "the black box society"¹¹. Uttrycket kommer av att det digitala kan liknas vid en svart låda som vi inte förstår hur den fungerar. Ibland kallas problemet även för "the biggest lie" – alltså lögnen "ja, jag har läst och godkänner villkoren". Här är en lista på några av aktörerna:

- Dynamic Coalition on Platform Responsibility¹² – en gruppering knuten till den återkommande FN-konferensen om internetns styrning – IGF – har tagit fram ett underlag för vad som skulle kunna bli en FN-konvention om grundläggande mänskliga rättigheter i digitala plattformar.
- Forskningsprojektet "Meaningful Consent in the Digital Economy" vid University of Southampton har arrangerat flera workshops på temat.¹³
- MyData Global Network hade på sin konferens 2017 ett helt spår om meningsfullt samtycke: "Making Consent Work"¹⁴
- På International Conference on Contract Simplification försökte professorn från universitet i finska Vasa, Helena Haapio, både

10 <http://commonterms.org>

11 Pasquale (2015)

12 <http://www.intgovforum.org/cms/2008-igf-hyderabad/event-reports/74-dynamic-coalitions/1625-dynamic-coalition-on-platform-responsibility-dc-pr>

13 <http://www.meaningfulconsent.org/>

14 <https://mydata2017.org/programme/consent/>

- förklara varför vi hamnat i dagens situation och föreslå lösningar¹⁵.
- VRM-projektet på Berkman Klein Center for Internet & Society vid Harvarduniversitetet vänder upp och ner på leverantörsbegreppet CRM (customer relationship management) till VRM (vendor relationship management). Projektet är nära kopplat till organisationen Customer Commons som vill ge konsumenten större inflytande på nätet.¹⁶
- Vid Carnegie Mellon University finns Usable Privacy and Security Laboratory, som regelbundet arrangerar symposier som tar upp frågor som dessa.¹⁷
- CitizenMe¹⁸ och Wibson¹⁹ är två av ganska många företag som med olika innovationer försöker återföra kontrollen av data till konsumenten.
- Webbens standardorgan W3C har nyligen initierat ett arbete kring samtycke.²⁰

VAD KAN VI GÖRA NU?

Som vi redan konstaterat är det svårt för en individ att ”rösta med fötterna”. Den som väljer bort Facebook väljer bort sina vänner, och i många fall den enda digitala mötesplats som finns för ett visst specialämne. Den som väljer bort Google har svårt att navigera på webben. Och det går knappt att undvika både Apple och Android om du vill ha en mobiltelefon. Samtidigt är möjligheterna för den enskilde att påverka villkoren hos dessa giganter minimala.

Så vad kan vi göra istället?

På nittioalet förekom så kallade ”reclaim the street”-fester, där

15 Haapio (2016)

16 https://cyber.harvard.edu/projectvrn/Main_Page

17 <http://cups.cs.cmu.edu/soups/>

18 <http://www.citizenme.com/>

19 <https://wibson.org/>

20 <https://www.w3.org/Privacy/permissions-ws-2018/cfp.html>

aktivister fyllde gator med protester mot att kommersiella aktörer och biltrafik tagit över stadsmiljöer som de ansåg borde vara öppna mötesplatser för människor. Kanske skulle någon digital motsvarighet till reclaim-aktivismen öka medvetenheten om plattformiseringens baksidor. Men inslagen av egenmäktigt förfarande och vandalism avskräcker. Det borde räcka med traditionell politisk debatt.

Apropå politik så finns det förstås vissa som funderar på om inte ägandet av plattformarna är avgörande för hur ett gott digitalt samhälle kan byggas.

När tidskriften *New Left Review* intervjuade internetanalytikern Evgeny Morozov²¹ kom inte helt oväntat frågan om ”någonting i stil med staten” borde driva plattformarna. Men att lägga alla plattformar hos staten är det nog inte så många i västvärlden som vill. Med nätets gränsöverskridande karaktär kan man dessutom fråga sig vilken stat i så fall. Och vilka av alla nätapplikationer med plattformssambitioner det skulle gälla.

Morozov föreslog istället att staten ska säkerställa att användarna själva får ägandeskap över sina data i plattformarna. Någon sorts förstärkt GDPR, om jag tolkar honom rätt.

Det är ibland möjligt för det offentliga att erbjuda komplement till privata alternativ, som säkerställer att alla medborgare kan välja åtminstone ett alternativ: Ett exempel på detta finns på e-förvaltningens område, där medborgaren kan välja att ansluta sin digitala myndighetspost (Mina meddelanden) till antingen en privat tjänsteleverantör eller statens alternativ.

Även om inte staten på egen hand driver egna plattformar så skulle den, åtminstone i teorin, kunna upphandla grundläggande funktionalitet för användare som av olika skäl inte kan utnyttja det som marknaden erbjuder. Jämför med EU-direktivet om ”samhällsomfattande tjänster”

21 Morozov (2015)

(SOT/USO)²² som säkerställer en basnivå för anslutning till Internet när inte marknaden klarar av att erbjuda sådan. Kanske kan SOT-regleringen utvidgas till applikationslagret?

Förutom att det offentliga kan äga plattformar är det förstas tänkbart att andra typer av kollektiv står som ägare. Det kan vara allt från branschorganisationer för leverantörer till fackföreningar eller användargrupper. Eller kombinationer av sådana. De som förespråkar ”plattform kooperativism” förespråkar oftast att användarna ska äga plattformarna. Bland annat försökte man genom ett uppdrag 2016 få Twitters användare att friköpa Twitter.²³

En tänkbar utveckling är att de centraliserade plattformarna (oavsett ägarstruktur) tappar mark till nya, decentraliserade alternativ. Med hjälp av blockkedjeteknik går det att bygga en ny typ av plattformar som rent tekniskt undviker central kontroll och beroende av enskilda aktörer, vare sig de är mer eller mindre demokratiskt styrda stater eller kommersiella intressen. Ett exempel på sådan teknik är Ethereum.²⁴ På sätt och vis innebär detta en återgång till internets distribuerade ursprungsarkitektur.

Det senaste initiativet kommer från webbens egen skapare, Tim Berners-Lee, som lanserat en infrastruktur – Solid – där det är tänkt att användarna ska kontrollera sina egna data och dela ut läs- och skrivrättigheter till appar.²⁵ Vi får se om Sir Tim lyckas förändra världen en gång till.

Men det går att påverka samhällsviktiga resurser såsom digitala plattformar även utan att äga dem.²⁶ Gemensamma spelregler går att upprätta på exempelvis FN-nivå, EU-nivå, nationellt, per bransch, eller kopplat till märkning som olika typer av aktörer kan ansluta sig till.

22 Europaparlamentet och Europarådet (2002)

23 <http://internetofownership.net/2016/12/20/twitter-shareholder-proposal-exit-to-democratic-user-ownership/>

24 <https://www.ethereum.org/>

25 <https://solid.inrupt.com>

26 https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media_as_a_public_utility

amerikanska ramverket för skydd av minderåriga online, COPPA.

I Sverige finns en intressant modell för hur allmänheten kan garanteras tillträde och grundläggande rättigheter på både offentliga och privatägda platser: Allemansrätten. Med reservation för att det finns fundamentala skillnader mellan digitala och fysiska miljöer så kanske det ändå skulle vara möjligt att ta fram en internationell digital allemansrätt?

<p>Obligatoriskt skydd</p>	<p>Branschvis Nationellt/Regionalt Internationellt</p>
-----------------------------------	---

Med gemensamma grundkrav kan användarvillkoren förkortas.

Ett konkret förslag på hur en miniminivå för skydd av grundläggande mänskliga rättigheter på digitala plattformar skulle kunna utformas i en global kontext kommer från projektet Dynamic Coalition on Platform Responsibility (DCPR), som är en del av FN:s Internet Governance Forum.²⁸

Ny reglering – särskilt global sådan – kan dock ta lång tid att driva igenom. Dessutom kan det finnas motstridiga ideal som gör att de grundläggande krav som alla kan enas om är ganska få. I Kina prövas till

28 <https://www.intgovforum.org/cms/documents/igf-meeting/igf-2016/830-dcpr-2015-output-document-1/file>



exempel just nu ett system med poängsättning av medborgares digitala beteende utifrån hur väl det överensstämmer med regeringens värderingar; se Marina Svenssons kapitel i den här antologin. Höga poäng ger förtur på alla möjliga av livets områden (och ”bestraffar” följaktligen beteenden som inte i den för tillfället rådande regimen är politiskt korrekta, även om de inte är kriminella). Om systemet visar sig ”fungera” så minskar säkert behovet av att inkludera sajtspecifika uppförandekoder i användarvillkoren för kinesiska plattformar. Men från ett frihetligt perspektiv skulle det vara förkastligt om staten på detta sätt i detalj kunde följa och kontrollera varje medborgares liv.

Men det är inte säkert att det krävs ny reglering varken nationellt eller på annan nivå för att förbättra konsumentskyddet i den datadrivna internetekonomin. Kanske kan även befintlig reglering användas, trots att den skrivits i en fördigitaliserad tid: Konsumentverket har publicerat utredningen *Personuppgifter som betalningsmedel*²⁹ som i en rättsanalys bedömer att både avtalsvillkorlagen och marknadsföringslagen troligen skulle kunna användas för detta, trots att både roller och betalningsflöden förändrats i grunden. Forskarna som skrivit rapporten uppmanar Konsumentombudsmannen KO att i praxis pröva detta.

2

Flytta samtycket i tiden till tillfällena med optimala förutsättningar för förståelse

NÄR DET INTE går att skapa breda obligatoriska grundskydd kan man ändå vinna mycket på att standardisera hela eller delar av avtal. När det gäller open source-programvara är det sedan länge så att något dussin standardavtal dominerar. Till exempel GPL, Mozilla och BSD-licenser. Fördelen, förutom att det blir billigare för utgivaren, är att det sparar tid för användaren, som kan nöja sig med att en gång för alla lära sig de

29 Larsson & Ledendal (2017)

vanligaste licenserna. Creative Commons-licenserna för upphovsrätt är ett annat, mer finkornigt, exempel på samma princip, liksom kända märkningar av fysiska produkter.

Redan 2002 tog W3C fram en standard – P3P – för personliga inställningar av vilka kategorier av kakor en användare ville acceptera i sin webbläsare.³⁰ Men det var inte så många som förstod poängen, och de lagar som idag tvingar fram en viss medvetenhet fanns ännu inte. Så standarden blev tyvärr mest missbrukad. Många sajtagare försåg sina webbplatser med vilsledande P3P-deklarationer för att inte förlora besökare, och användare orkade inte konfigurera sina webbläsare.

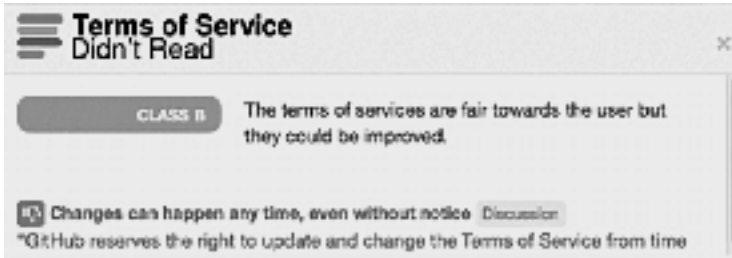
<p>Intensitet, som alla dessa delar innehåller information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra. Detta inkluderar information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra. Detta inkluderar information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra.</p>	<p>Intensitet, som alla dessa delar innehåller information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra. Detta inkluderar information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra. Detta inkluderar information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra.</p>	<p>Intensitet, som alla dessa delar innehåller information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra. Detta inkluderar information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra. Detta inkluderar information om vilken typ av data som samlas in, och vilken typ av data som delas ut till andra.</p>
<p>Tidsförskjutning Samtycke "Just-in-time" Prova innan du bestämmer dig Automatik baserat på inställningar</p> <p>Obligatoriskt skydd</p>	<p><input type="checkbox"/> ACCEPT</p>	<p>Igenkänningsbara villkor Vad brukar jag godkänna? Vad är nytt?</p> <p>Branschvis Nationellt/Regionalt Internationellt</p> <p>CC-BY PÅR LANNERÖ, COMMONTERMS.ORG</p>

Om vi kan ta del av villkoren vid rätt tillfälle blir informativt samtycke rimligare.

Men inställningar måste inte nödvändigtvis skapas genom att i förväg ta ställning till ett antal hypotetiska situationer eller villkor. Det går också att tänka sig tekniska strukturer som ger ett individuellt stöd att komma ihåg vad man redan tidigare har läst och godkänt. Om till exempel en personlig molntjänst lagrar alla de villkor som användaren möter (och

30 <http://www.w3.org/TR/P3P/>





TOS;DR tilläggsprogram till webbläsaren visar bedömning av webbplatsers villkor från tredje part.

Automatiserad analys av juridiska texter med hjälp av artificiell intelligens/expertsystem blir allt säkrare och kan idag faktiskt jämföras med manuell granskning.³³ Martha Russell från Stanford menar att vi behöver en hybrid av mänsklig support och AI.

<p>Tillit Tredjeparts-certifiering Vad godkänner andra? Vad godkänner mina vänner?</p>	<p>AI-analys av villkor Lita på varumärken? Experttråd Transparens</p>
<p>Tidsförskjutning Samtycke "Just-in-time" Prova innan du bestämmer dig Automatik baserat på inställningar</p>	<p>Igenkänningsbara villkor Vad brukar jag godkänna? Vad är nytt?</p>
<p>Obligatoriskt skydd</p>	<p>Branschvis Nationellt/Regionalt Internationellt/Ett</p>

Välgrundad tillit gör att det ibland är OK att inte läsa allt.

Leverantörers incitament att leverera bra varor och tjänster ökar givetvis om det finns granskande journalister och ombudsmän. Samma sak

33 LawGeex (2018)



med certifieringar som sätter villkor som olika företag behöver leva upp till. Och ökar kvaliteten så ökar i sin tur anledningen att lita på varumärkena – en positiv spiral.

Enligt Michelle Baddeley³⁴ bör samhället sträva efter att göra ett gott rykte värdefullt. Genom att aktivt understödja tillit med hjälp av till exempel kvalitetskrav på utbildningar, certifieringssystem, transparens och spårbarhet kan vi minska antalet tillfällen då samtycke på nätet blir ett steg ut i det okända.

34 MCDE (2015)

Verka för ökade inslag av förhandling och valmöjligheter

Rimligtvis ökar användares benägenhet att läsa (eller på annat sätt tillgodogöra sig) avtal och villkor om det upplevs spela någon roll. Kan man till exempel låta användaren påverka de avvägningar som görs i avtalen så blir både läsningen och samtycket mer meningsfullt.

<p>Öka utbytet</p>	<p><small>Intensitet, som ett tillstånd som kännetecknas av en ökad välbefinnande, ökad motivation och en ökad benägenhet att delta i en verksamhet. Den är en av de viktigaste faktorerna för att förstå och förklara beteendet hos individer och grupper. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer.</small></p>	<p>Förhandlingsbart Verklig valfrihet Gamification?</p>
<p>Tillit Tredjeparts-certifiering Vad godkänner andra? Vad godkänner mina vänner?</p>	<p><small>Intensitet, som ett tillstånd som kännetecknas av en ökad välbefinnande, ökad motivation och en ökad benägenhet att delta i en verksamhet. Den är en av de viktigaste faktorerna för att förstå och förklara beteendet hos individer och grupper. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer.</small></p>	<p>AI-analys av villkor Lita på varumärken? Expertråd Transparens</p>
<p>Tidsförskjutning Samtycke "Just-in-time" Prova innan du bestämmer dig Automatik baserat på inställningar</p>	<p><small>Intensitet, som ett tillstånd som kännetecknas av en ökad välbefinnande, ökad motivation och en ökad benägenhet att delta i en verksamhet. Den är en av de viktigaste faktorerna för att förstå och förklara beteendet hos individer och grupper. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer.</small></p>	<p>Igenkänningsbara villkor Vad brukar jag godkänna? Vad är nytt?</p>
<p>Obligatoriskt skydd</p>	<p><small>Intensitet, som ett tillstånd som kännetecknas av en ökad välbefinnande, ökad motivation och en ökad benägenhet att delta i en verksamhet. Den är en av de viktigaste faktorerna för att förstå och förklara beteendet hos individer och grupper. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer. Den är ett resultat av en komplex interaktion mellan olika faktorer som till exempel personlighet, miljö och sociala faktorer.</small></p> <p><input type="checkbox"/> ACCEPT</p>	<p>Branschvis Nationellt/Regionalt Internationellt/Ett</p>

Med möjlighet att påverka ökar motivationen.

För digitalt innehåll är det än så länge ovanligt att användaren kan välja mellan att betala med pengar och att betala genom att låta sig påverkas – eller på något annat sätt. Även den som betalar för premiumversioner får ofta stå ut med att både bli kartlagd och exponerad för reklam. I det som nedlåtande kallats för "gammelmmedia" var det svårt att visa reklam för vissa användare men inte andra. Det mer värdenutrala begreppet massmedia förklarar varför: Det handlade om massproduktion och massdistribution.

CC-BY PÅR LANNERÖ, COMMONTERMS.ORG

Traditionen med ensidigt utformade avtal – ”take it or leave it”³⁵ – har tyvärr följt med in i den digitala världen. Men här är möjligheterna till individuell anpassning stora och därmed finns egentligen inget grundläggande hinder mot att låta användaren själv välja betalningsmodell eller att påverka andra aspekter av villkoren. I praktiken kan det säkerligen finnas utmaningar, men vi borde kunna få se en utveckling mot större ömsesidighet och engagemang i användarvillkoren.

Det är som sagt ovanligt, men det börjar så smått dyka upp vissa förhandlingsmöjligheter när det gäller avtalsvillkor på nätet.



Washington Post erbjuder prenumeration med eller utan annonser och spårning av användaren, till olika pris. Kopplingen till EU:s nya dataskyddsreglering är tydlig. Kommer vi att få se fler liknande valmöjligheter framöver?


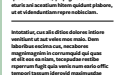

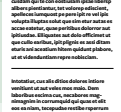

När det gäller appar – där det faktiskt finns en infrastruktur för att ta betalt med pengar – händer det att användaren kan välja mellan en gratisversion och en betalversion. Gratis-appar läcker data från användaren

35 Sådana avtal kallas ofta för boilerplate eller adhesion contracts. Se https://www.law.cornell.edu/wex/adhesion_contract_contract_of_adhesion

5
Underlätta läsning av villkor

SLUTLIGEN BEHÖVER VI förstås göra det enklare att faktiskt ta till sig den information som inte går att standardisera eller ersätta.

Detta kan vi göra genom klarspråk och alla de andra verktyg som finns inom användbarhets- och tillgänglighetsprofessionerna. Forskare inom juridikområdet *proactive law* undersöker hur avtalsrätten kan reformeras med hjälp av sådana verktyg.³⁹ Projektet CommonTerms har föreslagit standardisering av hur information presenteras⁴⁰. Ikoner kan knappast användas för mer än de allra vanligaste märkningarna, men däremot kan man tänka sig att standardisera kategorisering, sortering och prioritering av villkor, för att underlätta läsning.

<p>Gör det enklare</p>		<p>Klarspråk Utbildning Standardisera presentation (sortering, terminologi, prioritering, symboler) Tillgänglig presentation</p>
<p>Öka utbytet</p>		<p>Förhandlingsbart Verklig valfrihet Gamification?</p>
<p>Tillit Tredjeparts certifiering Vad godkänner andra? Vad godkänner mina vänner?</p>		<p>AI-analys av villkor Lita på varumärken? Expertråd Transparens</p>
<p>Tidsförskjutning Samtycke "Just-in-time" Prova innan du bestämmer dig Automatik baserat på inställningar</p>		<p>Igenkänningsbara villkor Vad brukar jag godkänna? Vad är nytt?</p>
<p>Obligatoriskt skydd</p>		<p>Branschvis Nationellt/Regionalt Internationellt</p>

CC-BY PÅR LANNERÖ, COMMONTERMS.ORG

Det går att sänka trösklar med klarspråk, layout och pedagogik!

39 Se till exempel Haapio (2013)
40 Lannerö (2013)



Förutom att sänka trösklarna är det också möjligt, åtminstone på sikt, att stärka människors förkunskaper och därigenom göra det enklare att förstå den digitala världens villkor. Genom att införa moment av digitalkunskap i utbildningar på olika nivå kan människor bli bättre rustade att ta ställning till digitala erbjudanden.

En av de viktigaste komponenterna i en sådan utbildningsinsats är att öka förståelsen för digitala affärsmodeller.

DIGITALA AFFÄRSMODELLER

Den som ska fatta kloka beslut i en värld där vi påverkas av andra behov, förutom att kunna spelreglerna, känna till så mycket som möjligt om aktörernas inbördes beroenden, lojaliteter, resurstillgångar, traditioner och, kanske viktigast av allt, drivkrafter. En bra start är att veta vilka affärsmodeller olika aktörer har.

Vi vet i grova drag vad som "sätter maten på bordet" hos brevbärare, bagare, bönder, bilhandlare, barnmorskor, borgmästare, börsmäklare och biografvaktmästare. Därför vet vi också vad vi kan förvänta oss av dem. Men långt ifrån alla vet vad som betalar för söktjänster, sociala medier, open source-programvaror, nyhetssajter, onlinespel, streamingtjänster och appar.

Annonser är det förenklade svaret. Ibland stämmer det, men inte alltid.

Om man hårdrar går det att tala om tre principiella affärsmodeller för digitala plattformsföretag:⁴¹

41 Typologin kommer från Peitz & Valletti (2015). En tidigare, snarlikt typologi presenteras av Evans (2003) som noterar marknadsskapare ("market makers"; handelsplatser såsom Ebay, Blocket och så vidare), publikbyggare ("audience builders"; med andra ord, den typiska affärsmodellen för annonsvisningar, central både för traditionell massmedia och för Google och Facebook), samt efterfrågesamordnare ("demand coordinators"; till exempel videospelkonsoler eller mjukvaruplattformar där en grupps deltagande gör tjänsten attraktiv för en helt annan grupp, till exempel mjukvaruutvecklare).

DIREKT BETALNING Plattformen debiterar användarna för sin tjänst eller produkt. Kända exempel är Netflix (som säljer prenumerationer på sin videotjänst). Apple och Microsoft har också olika direktbetalningsmodeller för den hårdvara och programvara som de säljer.

ANNONSERING Plattformen erbjuder en tjänst och konsumenterna ger indirekta intäkter genom att bli utsatta för reklam. Genom att kartlägga användarna kan plattformsföretaget dessutom använda deras personuppgifter för att förbättra annonseringseffektiviteten.

ÅTKOMST Plattformen kopplar ihop leverantörer och konsumenter, och tar provision på transaktionerna. Till exempel kan apptillverkare och innehållsutvecklare kopplas ihop med användare genom Apples App Store. Plattformleverantören kan debitera dessa apptillverkare för den möjlighet som de ges att sälja sin produkt eller tjänst till användare. Omvänt så kan plattformleverantören även debitera användare på uppdrag av apptillverkarna.

Dessa tre principiella affärsmodeller kan varieras och kombineras på olika sätt:

- Kunden betalar för tjänst/vara (DIREKT BETALNING)
- Sponsring (ANNONSERING)
- Premiumalternativ och/eller kringförsäljning subventionerar gratisversion (DIREKT BETALNING, eventuellt i kombination med ANNONSERING)
- Börja gratis, men ta betalt när användare blivit beroende (DIREKT BETALNING, eventuellt i kombination med ANNONSERING)
- Ihopkoppling/förmedling av säljare och köpare (ÅTKOMST)
- Styrning av trafikströmmar (för att kunna lyfta egna tjänster eller motarbete konkurrenser; ÅTKOMST)
- Försäljning av användardata (för marknadsanalys eller kanske övervakning eller i värsta fall utpressning; ÅTKOMST)

Utöver de tre grundläggande modellerna är ett ofta återkommande syfte för plattformsföretag att växa och/eller bli antingen uppköpta eller börslistas. Framför allt gäller detta när företaget befinner sig i en startup-fas och främst finansieras genom att attrahera riskkapital.

- Spekulation (investorerna och entreprenörer kan satsa stora resurser när de tror sig kunna göra stor vinst i framtiden)

I den snabbt föränderliga digitala världen är det dessutom ganska vanligt att aktörer inte själva vet riktigt vilket ben de ska stå på. Google blev världsledande som sökmotor redan innan de hittat sin grundläggande affärsmodell bestående av individanpassad annonsering.⁴² Och kommunikationsappen TrueCaller hade ca 250 miljoner användare innan de varken hade någon tydlig affärsmodell eller några större intäkter. 2016 uppstod dock en möjlighet för dem att utnyttja sin stora användarbas i Indien, när en politisk förändring där skapade behov av en Swish-liknande funktion som TrueCaller kunde erbjuda.⁴³

När inte ens leverantörerna själva vet vilken affärsmodell de har blir det väldigt svårt för användare att veta. Det är därmed näst intill omöjligt att förutse hur leverantörer kommer att agera på sikt. Samtidigt innebär valet av digital leverantör ofta en sorts inlåsning. Det kan vara svårt eller omöjligt att byta leverantör.

Dessutom finns en rad drivkrafter som inte är direkt ekonomiska, som kan komma till uttryck både hos användare och tillhandahållare av digitala plattformar.

- Önskan att påverka ideologiskt
- Önskan att hjälpa till
- Önskan att få erkännande och bygga sitt varumärke

42 Battelle (2011)

43 <https://digital.di.se/artikel/truecaller-om-framtiden-vi-star-pa-egna-ben>

BETALNINGSMODELLER

Affärsmodeller har stor betydelse för nätets utveckling, men den som vill förstå affärsmodellernas utveckling har stor nytta av att studera även hur olika betalningsmodeller fungerar på nätet.

Kreditkortsföretagens lösningar är dimensionerade för större transaktioner, och fungerar bra när fysiska varor eller tjänster ska utväxlas. Men det är svårt för en leverantör av billiga digitala tjänster att få tillräckligt många användare om man kräver kreditkortsbetalningar. Trösklarna i form av nödvändig användarinteraktion, transaktionsavgifter, krav på tillit och säkerhetsarrangemang är för höga.

System för mikrobetalningar har kommit och gått genom åren, men inget av dem har på allvar etablerat sig. Minns t.ex. Millicent, Digicash, Cashkort och Flattr. Ingen har kunnat rå på kreditkortsföretagen. Det har hittills inte heller andra kreativa lösningar som att t.ex. betala med datakraft.

I viss mån erbjuder iTunes/App store och Google Play ett modernt betalningsalternativ, som inte baseras på mikrobetalningar men väl minibetalningar. De fungerar än så länge inte på den öppna webben utan bara i de två dominerande privatägda ekosystemen. Men även där väljer användare oftast gratisversioner.⁴⁵

45 Liccardi m.fl. (2014)

SLUTSATSER

Digitaliseringen är en fantastisk farkost som tagit vägen förbi plattformssamhället, just nu med data som bränsle. Vi som är med på resan har länge varit förtjusta över allt det nya, praktiska, roliga och nyttiga vi fått vara med om, men börjar nu inse att det även finns baksidor.

Hur hamnade vi här?

Plattformarna har skapat stora värden genom att med små marginalkostnader erbjuda ordnade mötes- och marknadsplatser på nätet. Eftersom infrastruktur för små betalningar saknats har de inte finansierats med direkta betalningar. "Gratis" är gott och alla har ont om tid. Därför har vi fått en kultur där alla alltid godkänner vilka villkor som helst, genom nätets största lögn: "Ja, jag har läst och godkänner användarvillkoren". Villkoren har blivit därefter.

Är det verkligen så illa?

Precis som med industrialiseringen tror jag att digitaliseringens fördelar överväger dess nackdelar. Men bara om vi är medvetna om och gör vad vi kan för att minimera risker och kostnader. Under de senaste åren har följande tendenser blivit allt tydligare:

- En rörelse från det offentliga rummet till plattformar som kontrolleras av ägaren och dennes kunder.
- Ett hot mot traditionella medier och andra mellanhänder.
- En generell rörelse från mogna, stabila och reglerade (och, det bör tilläggas, stundtals stagnerande och ineffektiva) branscher till helt nya.

- En urholkning av privatlivet.
- Ändrade förutsättningar för, och eventuellt en försvagning av västvärldens demokratier.
- En förändringsresa som kört ifrån några.

Vad kan vi göra nu?

GDPR är det hittills mest seriösa försöket att synliggöra kostnaden och ge medborgare mer kontroll. Det återstår att se vilken effekt detta kommer att få.

Tillsammans med det smörgåsbord av tänkbara åtgärder – främst med inriktning på meningsfullt samtycke till villkor på nätet – som presenterats i denna text borde situationen kunna förbättras påtagligt. Det är sinsemellan oberoende åtgärder av olika slag och på olika nivåer. En del behöver genomföras av internationella aktörer, nationer, branschorganisationer eller företag – andra kan enskilda, till exempel formgivare, journalister, lärare, programmerare eller jurister, bidra till.

Vad kan du göra för en mer hållbar digitalisering? ■

Lannerö, P. (2013) *Fighting the Biggest Lie on the Internet: Common Terms beta proposal*. Stockholm: Metamatrix. [HTTP://COMMONTERMS.ORG/COMMONTERMS_BETA_PROPOSAL.PDF](http://COMMONTERMS.ORG/COMMONTERMS_BETA_PROPOSAL.PDF)

Larsson, S. & J. Ledendal (2017) *Personuppgifter som betalningsmedel*. Konsumentverket, Rapport 2017:4. [HTTP://PUBLIKATIONER.KONSUMENTVERKET.SE/PRODUKTER-OCHE-TJANSTER/GEMENSAMT-FOR-ALLA-PRODUKTER-OCHE-TJANSTER/RAPPORT-2017-4-PERSONUPPGIFTER-SOM-BETALMEDEL](http://publikationer.konsumentverket.se/produkter-och-tjanster/gemensamt-for-alla-produkter-och-tjanster/rapport-2017-4-personuppgifter-som-betalmedel)

Lawgeex (2018). *Comparing the Performance of Artificial Intelligence to Human Lawyers in the Review of Standard Business Contracts*. Tel Aviv & New York: Lawgeex. [HTTPS://WWW.LAWGEEEX.COM/AlvsLawyer/](https://www.lawgeex.com/AlvsLawyer/)

Liccardi, I., J. Pato, D.J. Weitzner (2013). Improving Mobile App Selection through Transparency and Better Permission Analysis. *Journal of Privacy and Confidentiality*, 5(2): 1–55. [HTTP://REPOSITORY.CMU.EDU/CGI/VIEWCONTENT.CGI?ARTICLE=1102&CONTEXT=JPC](http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1102&context=jpc)

Luger, Moran, Rodden (2013) "Consent for All: Revealing the Hidden Complexity of Terms and Conditions", in CHI 2013, p. 2689. ACM, New York (2013) [HTTPS://EWALUGER.FILES.WORDPRESS.COM/2013/11/CHI2013.PDF](https://ewaluger.files.wordpress.com/2013/11/chi2013.pdf)

Lundblad, N. (2018). Data is not like oil – it is much more interesting than that. *Perscrutor*, blogginlägg 26 oktober. [HTTP://PERSCRUTOR.COM/?P=475](http://perscrutor.com/?p=475)

McDonald, A.M. & L.F. Cranor (2008). The Cost of Reading Privacy Policies. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 4(3): 540–565. [HTTPS://WWW.TECHNOLOGYLAWDISPATCH.COM/WP-CONTENT/UPLOADS/SITES/26/2013/02/CRANOR_FORMATTED_FINAL1.PDF](https://www.technologylawdispatch.com/wp-content/uploads/sites/26/2013/02/Cranor_Formatted_Final1.pdf)

Morozov, E. (2015). Socialize the data centres! *New Left Review*, 91. [HTTPS://NEWLEFTREVIEW.ORG/11/91/EVGENY-MOROZOV-SOCIALIZE-THE-DATA-CENTRES](https://newleftreview.org/11/91/EVGENY-MOROZOV-SOCIALIZE-THE-DATA-CENTRES)

Osterwalder, A. & Y. Pigneur (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. London: Wiley.

Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Harvard: Harvard University Press.

Peitz, M. & T. Valletti. (2015). Reassessing competition concerns in electronic communications markets. *Telecommunications Policy*, 39: 896–912.

Riksdagen (1974) *Kungörelse (1974:152) om beslutad ny regeringsform*. 2 kap.

[HTTP://WWW.RIKSDAGEN.SE/SV/DOKUMENT-LAGAR/DOKUMENT/SVENSK-FORFATTNINGSSAMLING/KUNGORELSE-1974152-OM-BESLUTAD-NY-REGERINGSFORM_SFS-1974-152#K2](http://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/kungorelse-1974152-om-beslutad-ny-regeringsform_sfs-1974-152#K2)

**INFORMATIONS-
INFRASTRUKTUR
OCH
INFORMATIONS-
SÄKERHET**

—

—

—

—

—

OUTSOURCING, PLATTFORMAR, RESILIENS

—

—

—

AMELIA ANDERSDOTTER är dataskyddsexpert, före detta EU-parlamentariker och arbetar med mänskliga rättigheter i tekniska standarder för brittiska organisationen ARTICLE19.

FIA EWALD är informationssäkerhetsexpert och tidigare chef för MSB:s enhet för systematisk informationssäkerhet och har skrivit utförligt i frågor om informationssäkerhet.

En av poängerna som Andersdotter och Ewald gör är att den debatt som uppstod efter Transportstyrelsens omtvistade säkerhets haveri sommaren 2017 bör ses som ett unikt tillfälle då informationsinfrastruktur faktiskt blev ämne för omfattande samhällsdebatt. Sådant sker inte ofta. Det är paradoxalt att svenskarna, trots att vi är ett av de länder i världen där digitaliseringen av viktiga samhällsfunktioner gått som längst, och trots att vi rent geopolitiskt befinner oss i skärningspunkten mellan tre stormakter (EU, USA och Ryssland) sällan tycks reflektera över och begrunda informationssäkerhet i den offentliga debatten.

JONAS ANDERSSON SCHWARZ: **Varför är digitala driftslösningar så ofta av proprietär eller kommersiell art? Ur informationssäkerhetssynpunkt, vilka är de ledande kommersiella leverantörerna av driftsäkra plattformar och system?**

FIA EWALD (FE): Att plattformarna i hög grad upphandlas hos kommersiella aktörer är resultatet av en medveten strävan hos regeringar oavsett färg och myndigheter sedan början av 1990-talet. Detta har drivits på i olika former från Toppledarforum och framåt och är en del av den generella New Public Management-trenden (NPM). Detta har lett till en situation utan ett egentligt infrastrukturellt perspektiv på digitalisering. Såvitt jag kan se har ingen mer djuplodande diskussion förts om vilka delar i en digital infrastruktur som staten bör ta ansvar för och vilka privata leverantörer är mer lämpade att tillhandahålla. Ännu mindre om hur de olika delarna ska samverka. De organisatoriska verktyg som använts under de senaste två decennierna har varit mycket veka och tillfälliga. En tydlig linje kan t.ex. ses mellan Nämnden för elektronisk förvaltning (E-nämnden) som bildades 2003 till den så kallade Chief Digital Officer (CDO) som regeringen tillsatte i februari 2018. Nämndens uppgift var att stödja utvecklingen av ett säkert effektivt elektroniskt informationsutbyte mellan myndigheter och mellan myndigheter och enskilda genom att beslut om vilka standarder för informationsutbyte myndigheter under regeringen

skulle använda sig av. CDO:ns uppdrag är att driva på genomförandet av regeringens digitaliseringsstrategi, ett uppdrag som förefaller tämligen likartat som E-nämndens. Däremellan har 24-timmarsdelegationen, Verva, E-delegationen, Digitaliseringskommissionen och E-legitimationsnämnden kommit och gått. Därtill finns även Digitaliseringsrådet. Gemensamt för samtliga initiativ är att de saknat mandat, institutionella förutsättningar och resurser för att skapa en digital infrastruktur. Nu står hoppet till den nya Myndigheten för digital förvaltning DIGG men det är oklart hurvida denna myndighet kommer att få större effekt än sina föregångare.

En tydlig illustration av bristande infrastrukturell strategi och influenser är e-legitimationer. E-legitimationer är en central säkerhetskomponent i en nationell digital infrastruktur, ett faktum som det varit konsensus om sedan början av nittioalet, men där staten istället för att lösa frågan på ett långsiktigt sätt testat halvprivata alternativ med oklar inriktning. Resultatet är att det idag fortfarande inte finns en stabil lösning även om förutsättningarna nu kanske äntligen finns för att uppnå detta. Ideologiska bevekelsegrunder har varit överordnade det egentliga behovet vilket också gjort det svårt att ha en strategisk inriktning. Perioden kommer att bli mycket intressant att studera för historiker inom politisk, ekonomisk idé och teknikhistoria.

Ostadigheten i digitaliseringsutvecklingen ger en förklaring till hur staten förhållit sig till outsourcing inom IT-området och den omogenhet som finns när det gäller att hantera den ökade användningen av externa leverantörer. Detta påverkar inte minst säkerhetsområdet där bristen på nationell infrastruktur även gett en brist på gemensam säkerhetsarkitektur.

För att förtydliga så var det alltså i slutskedet av regeringen Bildt 1994 och den IT-kommission som tillsattes som man ville säkerställa bättre elektronisk infrastruktur för informationsförsörjning. Tanken vara att

faran eftersom medborgare tappar förtroendet för myndigheter och företag som inte är tillgängliga. I en statlig utredning om IT-brott från 2013 utmålas tillgänglighetsbrist som ett hot mot förtroendet för banker, större företag och myndigheter.¹ Många medierapporter om IT-säkerhet handlar också om tillgänglighet: överbelastningsattacker mot myndigheter, till exempel, eller att ett visst IT-system inte kunnat nås av försäkringsbolag, logistikföretag eller andra myndigheter.²

Att säkerställa tillgänglighet är att vara ”driftssäker”. Driftssäkerheten är i allmänhet hög. Anledningen till att vi som konsumenter blir förvånade över att Facebook har driftsstörningar är till exempel för att det är ovanligt. Och en genomläsning av de incidentrapporter som myndigheter lämnat in till Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) – i alla fall de incidentrapporter som lämnats ut av myndigheterna i fråga – anger att myndighetssystem sällan är otillgängliga (i bemärkelsen att de inte går att använda för parter utanför myndigheten) mer än några timmar åt gången, där gångerna egentligen ligger långt ifrån varandra. Incidentrapporterna hålls tyvärr hemliga av MSB själva, men vissa myndigheter, vars incidenthantering är så bra att de vill stå för den, lämnar ut rapporterna om man frågar dem direkt (heja Försäkringskassan!).

Men är vi som individer verkligen betjänta av att Försäkringskassans databaser är tillgängliga för försäkringsbolag 99,9 procent av tiden? För många privatpersoner kan det antas vara viktigare att Försäkringskassan har riktig information om enskilda: att de inte tror att du har skelett-cancer när du i själva verket har prostatacancer, eller att du är singel fastän du är sambo med två barn. Eller att de vet att du stavar Qvist med v, och inte med u, eller k. Riktigheten (*integrity*) i information är eftersatt, och ofta dyr att säkerställa. Två statliga utredningar om personuppgiftsskydd i Sverige de senaste tre åren har föreslagit att myndigheter inte ska behöva rätta felaktig information alls, för det är uppenbart hur dyrt och svårt det är med kvalitetssäkring av data.³

1 SOU 2013:39

2 MSB (2012) och Pirttisalo Sallinen (2017)

3 SOU 2015:39 och SOU 2017:39

Så samtidigt som vi egentligen haft diskussioner i decennier om tillgänglighet, och i mycket lägre utsträckning även diskussioner om konfidentialitet (specifikt sådan konfidentialitet som innebär att svenska rikets information inte kommer ryska republiken till del), är riktighet helt eftersatt. Den sortens informationssäkerhet som kanske är viktigast för privatpersoner saknar fortfarande en naturlig plats i informationssäkerhetsdebatten, och det är väldigt tråkigt.

Hur kommer det sig att de kommersiella aktörerna (många av dem transnationella) har fått ett så stort försprång? Vad är huvudorsakerna till att myndigheter outsourcar driften av infosäkra system till kommersiella företag?

FE Jag kan se två huvudorsaker. För det första den som jag nämnde i mitt första svar att det varit en medveten strategi inom IT-politiken att prioritera kommersiella lösningar. IT-frågor har ju också legat på Näringsdepartementet trots att det i det här hänseendet snarare är en förvaltningsfråga. Detta har också lett till olika typer av incitament för myndigheter med avsikt att gynna outsourcing och användande av molntjänster (idag är det svårt att dra en gräns mellan outsourcing respektive molntjänster). Det andra skälet är att det uppfattats som ekonomiskt och effektivitetsmässigt gynnsamt för myndigheter att outsourca. Min personliga uppfattning är att detta rent hypotetiskt skulle kunna stämma, men eftersom myndigheterna dels har haft dålig kompetens att göra en relevant jämförelse mellan att driva infrastrukturen inhouse eller att outsourca (till exempel genom att använda molntjänster) så har det faktiska resultatet ofta blivit sämre än väntat. Den svaga beställarkompetensen har även lett till att leverantörerna fått för svaga signaler om hur de ska styra sitt långsiktiga utvecklingsarbete, exempelvis genom att hitta standardlösningar som ett flertal myndigheter skulle kunna använda. Som jag ser det har därmed inte staten kunnat dra den fulla fördelen av att använda marknadskrafterna. Standardiserade krav på säkerhet är ett exempel på det som uppenbart saknas.

Att man outsourcat även informationshantering som är känslig ur säkerhetssynpunkt (och då inte bara sett ur konfidentialitetsaspekten) beror på att den nationella styrningen av (1) e-förvaltning, (2) näringspolitik, (3) upphandling och (4) informationssäkerhet inte samordnats. Informationssäkerhet har aldrig varit en stor fråga i dessa sammanhang utan när man som jag jobbat exempelvis i olika nationella sammanhang som t.ex. i E-delegationens arbetsgrupp⁴, den senaste utredningen om e-hälsa,⁵ eller som stöd i Kammarkollegiets upphandlingar har det varit i stark motvind. Inom e-hälsoområdet har negligerandet av säkerhetsaspekter varit särskilt tydligt, mycket beroende på den politiska styrningen.

Det är också viktigt att se att utvecklingen som gått från *government* till *governance* utan att institutionella förutsättningar byggts upp för att hantera den nya situationen. En grovt förenklad beskrivning är att tidigare så utfördes flertalet samhällsviktiga funktioner av offentliga verksamheter som också ägde infrastruktur och andra nödvändiga medel som behövdes för funktionerna. Statens kontroll kunde då ske i de traditionella formerna för förvaltning. Nu när allt större delar av samhällsviktig verksamhet utförs av privata aktörer och även infrastruktur ägs (alternativt förvaltas) av företag på uppdrag av offentlig verksamhet behövs andra styrformer än tidigare. I en *governance*-situation är inte lagstiftning det mest effektiva styrmedlet utan vad som behövs är exempelvis mer avancerade avtal, branschstandarder och akkrediteringar.

De enskilda myndigheter som sedan ska avropa från ramavtalen (vilket de är skyldiga att göra) har inte fått mycket stöd för att inarbeta säkerhet i upphandlingarna. Hypotetiskt skulle outsourcing och användandet av molntjänster i offentlig sektor kunnat utgöra en framgångsrik samverkan med privata leverantörer. Avsaknaden av strategi och


4 E-delegationen var en kommitté som tillsattes 2009 och verkade fram till 2015 med uppdrag att leda och samordna arbetet med att uppfylla målet att det ska vara så enkelt som möjligt för medborgare och företag att utöva sina rättigheter och fullgöra sina skyldigheter samt ta del av förvaltningens service.

5 SOU 2015:32

styrning har dock snarast lett till att kundsidan underkastat sig leverantörens leveranser samtidigt som leverantörerna saknat underlag för att långsiktigt utveckla tjänster och koncept för att svara upp mot gemensamma kundbehov i det offentliga.

Jag skulle också vilja hävda att det ligger en slags generell felbedömning inbyggd i den svenska nationella styrningen av informationssäkerhet. Kommuner och landsting står för merparten av samhällsviktig verksamhet. Den nationella styrningen har av olika skäl främst varit inriktad på statliga myndigheter, och det har också funnits ett inbyggt motstånd mot styrning i det kommunala självstyret. Det har alltså funnits självständiga myndigheter med ett eget ansvar, ett kommunalt självstyre och allt fler privata aktörer som har behövt och fortfarande behöver samordnas för en robust och säker digitalisering.

Sammanfattningsvis kan det sägas att det har funnits mycket stark vilja från statsmakten att digitalisera offentliga uppgifter tillsammans med privata aktörer – men att det har saknats ett strategiskt förhållnings-sätt och ett byggande från grunden. Avsaknaden av institutioner för att hantera den *governance*-situation som alltmer vuxit fram har i hög grad bidragit till de säkerhetsproblem vi kan se idag.

 IT-system har alltid varit privata. IBM var ett av de första företagen som hjälpte stater med folkräkningar (som i Sverige avskaffades 1990). Redan i början av 1900-talet hjälpte de till att systematisera befolkningar, deras tillgångar, beskaffenheter och familjerelationer. I Sverige var IBM en viktig del av datoriseringen från och 1960-talet: de finns omnämnda som förebild och dominerande marknadsaktör i statliga utredningar under hela 1970-talet.

Även om man under de första två decennierna av datorisering försökte skapa konkurrerande statliga datablag för att hantera de statliga systemen, saknades den ekonomiska modellen. Vissa myndigheter experimenterade med affärsmodeller kring uppgiftsförsäljning, som finns

kvar än idag, för att utveckla och underhålla IT-system. I mitten av 1980-talet följde en sorts bakslag för myndigheternas affärsverksamheter: Det sågs som omoraliskt att staten samlar in en massa statistiska uppgifter om medborgare för att kunna sälja dem till marknadsföringsbolag. Så lagstiftaren gick in och förhindrade vidare utveckling av den sortens informationsförsörjning.

Frågan om varför företag som IBM har fått ett försprång är i någon mening alltså felaktig: IBM är förebilden, modellen. Man hade jättestora förhoppningar på datorsystem på 1960-talet och 1970-talet: De skulle hjälpa alla myndigheter bli mer effektiva. Industrin skulle också bli mer effektiv. Datorn sågs som en objektiv kraft i samhället. Eftersom datorer styrs av logik, skapar de rättvisa och korrekta beslut utifrån objektiva fakta. De sågs som bättre och säkrare än människor eftersom de inte led av subjektivitet alls. Även idag är den negativa bilden av datorer någonting som framför allt rör privatpersoners datoranvändning, till exempel att människor skriver dumma saker till varandra på sociala medier eller ägnar sig åt upphovsrättsintrång. Precis som på 1970-talet är förhoppningarna på de stora datorerna som tillhör stora organisationer fortsatt höga: Staten ska effektiviseras och bli bättre, medan teleoperatörer och webbföretagens centraliserade plattformar ska hjälpa till att uppfostra enskilda som betar sig illa.

Men egentligen är väl fallet att vi som människor inte upplever ens korrekt fattade beslut grundade på objektiva fakta som nödvändigtvis rätta – i bemärkelsen ”goda” eller ”önskvärda”: de som har utvisats för att de haft 180 kronor för lite i lön i tre månader, till exempel. Utvisningsbeslutet är logiskt, enligt det regelverk som finns, men är det rättvist?

Vi har fortfarande svårt att, som samhälle, förstå vad datorerna egentligen är avsedda att åstadkomma. Det diffusa målet från 1970-talet att något ska bli bra, eller bättre, och mer effektivt finns kvar. Men vad för något är det saken gäller? Det är sällan uppenbart.

Vad är det vi ur samhällsbärande synpunkt bör dra för lärdomar av Transportstyrelseskandalen 2017?

FE Huvudfrågan när det gäller Transportstyrelsen var att det var information som berörde rikets säkerhet (det vill säga säkerhetsskyddad information) som riskerade att hamna i orätta händer. Detta ligger alltså utanför ordinarie informationssäkerhet och min slutsats är att SÄPO ger för dåligt stöd i dessa frågor. De enskilda myndigheterna förutsätts kunna hantera säkerhetsskyddet utan större vägledning. En inte alltför orättvis synpunkt är kanske att de flesta myndigheter idag har en ganska svag kontroll över sin information eftersom det saknas stöd för en fungerande informationsförvaltning. Slutligen att Transportstyrelsen liksom andra myndigheter utsatts för en hård press att outsourca från regeringshåll och att denna press är svår att stå emot, särskilt om en mycket omfattande upphandlingsprocess som påverkar myndighetens budget rullat för långt. Det måste finnas en mycket större beredskap hos den enskilda myndigheten och hos regeringen för att kunna stoppa även långt gångna upphandlingar.

Det är olyckligt att enskilda incidenter väcker sådana alarmistiska tongångar eftersom medan jag tror bedömer att de stora informationssäkerhetsriskerna är av en annan karaktär. Ta exempelvis sjukvården, där det finns ett ytterst otillräckligt skydd och i kommunerna, där resurser och kompetens inte på något sätt står i paritet med de mycket höga och komplexa krav på informationssäkerhet som gäller för verksamheten. För kommuner kan outsourcing och molntjänster utgöra en väg för att starkt förbättra informationssäkerheten – men då krävs förutsättningar för att styra upphandlingar. Dessutom behövs en beställarkompetens som inte bara sträcker sig fram till det ögonblick då avtal undertecknas, utan som består under hela den tid relationen med leverantören varar. För att upprätthålla en fungerande beställarfunktion behövs kompetens inom informationssäkerhetsområdet vilket är en bristvara idag och, såvitt jag kan se om man sneglar på utbildningsmöjligheter, kommer att så förbli under överskådlig tid.

Därtill kommer bristande samordning mellan olika aktörer inom informationssäkerhetsområdet, något som riskerar att bli ännu värre när den nya säkerhetsskyddslagen är tänkt att träda i kraft i januari 2019.

AA Det finns en väldigt låg förståelse för att informationssäkerhet betyder olika saker beroende på *vem* man försöker skydda från *vad*. Många journalister och privatpersoner verkade till exempel förutsetta att det finns ett starkt skydd för sjukintyg, som i princip förbjuder att de lämnas till någon annan än en myndighet, även om myndigheten utkontrakterar IT-drift. Det kan vara en indikation på att *allmänhetens uppfattning om vilken information som är känslig* och *det allmännas uppfattning om vad som är känsligt* inte är överensstämmande storheter.

I själva verket har Sverige mycket liberala spridningsregler för all sorts hälsoinformation: Hela vår läkemedelsindustri och därtill hörande forskning är strukturerad kring att hälsoinformation är mer allmän egendom än privat. Vissa av Transportstyrelsens register är upprättade för att lämna ut uppgifter till reklamföretag, till exempel vägtrafikregistret vars dataskyddslag preciserar att registrets ändamål är att möjliggöra urvalsslagningar för direktreklam.⁶

Jag fastnade förra hösten för RIGHT-definitionen av informations-säkerhet som utarbetats av filosofen Björn Lundgren vid Kungliga Tekniska Högskolan, och som presenterats i boken *Informationssäkerhet och organisationskultur*:

NÅGON INFORMATION ÄR säker för någon part om, och endast om, det för varje agent gäller att agenten har rätt tillgång till varje del av informationen, där rätt förstås relativt partens intressen.⁷

Stoppar vi in Transportstyrelsen och dess underleverantörer i definitionen får vi:

6 5 § punkt 5, lagen om vägtrafikregister

7 Lundgren (2017: 208)

NÅGON INFORMATION ÄR SÄKER FÖR TRANSPORTSTYRELSEN OM, OCH ENDAST OM, DET FÖR VARJE (UNDER)LEVERANTÖR GÄLLER ATT LEVERANTÖREN HAR RÄTT TILLGÅNG TILL VARJE DEL AV INFORMATIONEN, DÄR RÄTT FÖRSTÅS RELATIVT TRANSPORTSTYRELSENS INTRESSEN.

Det här beskriver i alla fall avtalssituationen som uppstår vid en upphandling: Transportstyrelsen sluter ett avtal med sin leverantör. De är bägge parter i det juridiska avtalet, men i definitionen blir leverantören en ”agent” eftersom den förväntas agera, utföra något. Var i definitionen ska medborgare stoppas in? Eller Säkerhetspolisen? Jag förstod diskussionen i somras som varandes:

NÅGON INFORMATION ÄR SÄKER FÖR TRANSPORTSTYRELSEN OCH SÄKERHETSPOLISEN OM, OCH ENDAST OM, DET FÖR VARJE (UNDER)LEVERANTÖR GÄLLER ATT LEVERANTÖREN HAR RÄTT TILLGÅNG TILL VARJE DEL AV INFORMATIONEN, DÄR RÄTT FÖRSTÅS RELATIVT TRANSPORTSTYRELSENS OCH SÄKERHETSPOLISENS INTRESSEN.

Frågan är fortfarande då var medborgarna passar in. Tillhör vi Transportstyrelsens ”intressen”? Eller Säkerhetspolisens?

Stora delar av diskussionen blandade också ihop mål och medel. Målet är att ha en tillräckligt hög nivå på informationssäkerheten. Kraven som ställs upp i säkerhetsskyddslagen är i själva verket medel för att uppnå den tillräckligt höga nivån. Sommaren 2017 upphöjdes medlen till ett självändamål: Medlen ska användas för att medlen finns nedtecknade i en lag och man ska följa lagen. Målet glömdes bort, kanske för att vi egentligen har väldigt låg förståelse för vilka intresseavvägningar informationssäkerhet innebär, eller i alla fall inte vill ägna för mycket tid åt att behöva fundera på och hantera dem. I slutändan blev det mest politisk pajkastning.

reparerar buggar, eller ordna tävlingar och konferenser för säkerhetsforskare som letar upp buggar och hittar lösningar på dem.

Staten kommer inte, i alla fall inte tekniskt, kunna konkurrera om säkerhet med de här företagen. Dels har den svenska staten (och många europeiska stater) en hemlighetskultur kring säkerhet, som gör att de inte kan dra nytta av erfarenheter från öppna forum på samma sätt som näringslivsaktörerna. Dels behöver staten relatera sina säkerhetskostnader till sitt ansvar att vara återhållsamma med skattebetalarnas pengar.

Hemlighetsmakeriet kan dock verka återhållande på kostnaden. För staten är det största problemet som kan uppstå till följd av informations-säkerhetsproblem att medborgarna tappar förtroendet för staten, eller tycker mindre om staten än vad de hade gjort om de inte fått veta om problemet. Man skulle kunna argumentera för att det är lättare att hemlighålla katastrofala fel som sker inom inhouse-drift. Då behöver man inte lägga lika mycket pengar på att lösa eventuella problem som upptäcks. Det är också en sorts informationssäkerhet.

Tyvärr verkar vi vara på väg mot en sorts blandsystem av hemligheter och öppenhet, där allt ska hållas hemligt för konsumenter och medborgare, samtidigt som verksamheters säkerhetsproblem ska öppnas för myndigheter som MSB och Säkerhetspolisen. MSB och Säkerhetspolisen ska sedan få förpliktiga andra verksamheter, både i offentlig och privat sektor, att vidta dyra och komplicerade åtgärder, som inte nödvändigtvis är bra för konsumenter, medborgare eller ur kostnadsperspektiv. Risken med det är att många saker kommer bli obegripligt dyra framöver.

sidan nytta/ekonomi. Ursprunget till detta tror jag ligger i att systemleverantörer under början av nittioalet inte kunde leverera lösningar med tillräcklig säkerhet och möjligheter till integritet. Offentliga sektorn (inte minst vården) var också dåliga beställare som inte kunde formulera krav i dessa hänseenden utan istället valde att underordna sig systemens brister.

Utöver den tekniska utvecklingen har en stor organisatorisk utveckling skett där allt fler aktörer delar samma informationsinfrastrukturer. Istället för att försöka driva etiska och säkerhetsmässiga frågor har det funnits en stark kraft inom offentlig sektor som gjort dygd av nödvändigheten och hävdat att det är en fördel med lägre grad av integritet och att exempelvis patientsäkerheten skulle hotas av integritet. Sammantaget har denna felaktiga problemformulering gjort att det inte funnits incitament för mer innovativa lösningar som skulle kunna tillgodose de olika behoven på ett bra sätt. Jag tänker exempelvis på att anonymiseringslösningar mycket sällan används trots att de, rätt implementerade, skulle lösa många frågeställningar. Själv försökte jag för snart tio år sedan föreslå en sådan lösning för vården.* Den fick inget gehör, mycket på grund av att viljan att skapa bättre integritet har saknats.

Till detta kommer att vi som arbetar med informationssäkerhet har en kultur som i huvudsak uppkommit i ett militär-polisiärt fält där säkerheten varit ett medel för att försvara statens intressen. Det kan alltså finnas en ambivalens hos de informationssäkerhetsmänniskor som nu måste ta ett större ansvar för integritetsfrågor i och med att data-skyddsförordningen till sisådär 85 procent består av krav på informationssäkerhetsåtgärder. En fråga som ökad övervakning, som många i säkerhetsbranschen förespråkar men som samtidigt lätt inkräktar på integriteten, är en intressant illustration av dilemmat.

Nu såhär efter Transportstyrelsen har diskussionerna i hög grad handlat om säkerhetshot mot staten, medan mycket litet har sagts om

8 Ewald (2010)

integritetsfrågor. Betoningen av säkerhetsskydd och förslaget till ny säkerhetsskyddslag som vill vidga tillämpningen av säkerhetsskydd är inte till fördel för integritetsfrågor. Dataskyddsförordningen ställer som sagt höga krav på informationssäkerhet liksom NIS-direktivet (nya krav inom EU på säkerhet i nätverk och informationssystem) som träder i kraft samtidigt, vilket gynnar säkerhetsmedvetandet i stort. Jag tror emellertid att det finns en stor risk för förvirring om hur säkerhetsskydd, skydd av samhällsviktig verksamhet och dataskydd ska integreras i verksamhetens vardagliga behov av informationssäkerhet. Risken är mycket stor att integritetsaspekten blir det som nedprioriteras.

Ytterst handlar det om maktförhållanden mellan den enskilde och staten som inte definierats tillräckligt i den allmänna debatten.

Tillit är ett helt centralt begrepp, vilket exempel Joakim Wernbergs bidrag i den här antologin pekar på. Apropå det där med att ”medborgarna tappar förtroendet för staten, eller tycker mindre om staten än vad de hade gjort om de inte fått veta om problemet” så går ju det resonemanget lika gärna att vända på, om man betänker de allvarliga säkerhetsbrister och blottor som blivit synliga i de stora transnationella plattformsföretagens affärsmodeller. Jag tänker här främst på hur Facebook kommit att ses som en nationell säkerhetsrisk i det att samhällsdebatt och informationsspridning med relativ lätthet tycks kunna manipuleras genom denna plattform.

Teknikkonsulten Ben Thompson skrev nyligen:

När internetföretagen stått inför den grundläggande motsättningen mellan att skaffa och behålla användare kontra den lätthet med vilken man snabbt kan iterera och optimera, så har man byggt smarta system som optimerar för engagemang, men bortsett från möjligheterna att maliciösa aktörer skulle utnyttja dessa system, vilket gjort alla sårbara.⁹

9 Thompson (2018), redaktörens översättning

de globala leverantörerna, eftersom deras tjänster idag förutsätter en tillitsinfrastruktur. Händelserna vid Transportstyrelsen – eller, för den delen, den negativa uppmärksamheten kring Facebook och Cambridge Analytica-skandalen i mars 2018 – har knappast påverkat tilliten i positiv riktning men det borde vara möjligt att finna punkter där staten, leverantörerna och den enskilde kan hitta gemensamma utgångspunkter som leder framåt. Det förutsätter dock, menar jag, att de mer alarmistiska tongångarna tonas ner, att vi försöker hitta rimliga balanspunkter mellan risk och nytta och att staten tar värdet av både öppenhet och integritet på ett avsevärt mycket större allvar.

AA Stora webbplattformar som Google och Facebook är känsligare för politiska påtryckningar än de medges för att vara. I någon mening ger vi användare och, i ännu högre grad, politiska makthavare dessa plattformar både ansvaret och skulden för hela demokratins välbefinnande. Och de tycks ha få andra val än att försöka utveckla nya tekniska metoder att till exempel stänga av användare, automatiskt plocka bort material, eller införa uppladdningsfilter.

Men där plattformarnas inträde haft effekter på demokratin, är det ofta mer subtilt än i synbara konsekvenser för slutanvändare. I Sverige saknas till exempel den juridiska möjligheten för polisen att begära ut uppgifter direkt från Facebook, annat än genom att begära hjälp från amerikanska myndigheter. Det är tidskrävande och dyrt, och har att göra med dåliga internationella samarbetsavtal mellan nationer. Facebook har skrivit ett avtal med polisen om när Facebook lämnar ut uppgifter som kringgår de juridiska tillkortakommandena.¹⁰

Den avtalsrättsliga konstruktionen gör att polisens datainhämtning från Facebook inte formellt sett är myndighetsutövning, eftersom inhämtningen inte har stöd i lag. Det medför att det saknas myndighetsbeslut och uppföljning på hur och när polisen övervakat enskilda på Facebook. Polisen i Sverige är så nöjd med avtalet att de öppet kritiserat

10 Larsson (2015)

Google och Apple för att inte ha liknande avtal. Men det är samtidigt ett demokratiskt problem: påtryckningarna mot Facebook att hjälpa polisen har förändrat relationen mellan polis och medborgare i Sverige. Vi medborgare kan inte längre, ens i teorin, påverka polisens makt över oss, eftersom det inte är lagstiftning stiftad av våra folkvalda som styr polisens beteende, utan Facebooks privata avtal. Vi medborgare är inte parter i avtalet, utan vår relation med vår egen polis i vårt eget land styrs av Facebook, vars avtal faller under amerikansk lagstiftning. EU håller på att utreda om det går att lösa de praktiska problemen på mer demokratiska sätt,¹¹ men som land sett tycks Sverige inte särskilt piggt på fördjupat EU-samarbete i det här läget.

Många av farhågorna för de största sociala medieplattformarna är snarare bottnade i en utveckling i reklamindustrin som vare sig initierades av eller är begränsad till plattformar där privatpersoner själva bidrar med material. Det är tre år sedan som tidningen Bloomberg kritiserade Bonnierkoncernen för att farma klick för sina nya videotjänster i en artikelserie.¹² Klickjakt och jakten på exakta mätningar av konsumenters beteenden för att optimera exponering mot kommersiell information är utbredd, i den traditionella medieindustrin mer än annorstädes. När den franske webbutvecklaren Parimal Satyal gick igenom artiklar på Le Monde, fann han att bara sex procent av allt innehåll som laddades ned till hans dator när han läste en artikel var relaterat till artikeln i fråga. De övriga 94 procenten av innehållet var reklam, jinglar för andra artiklar, och annat han inte efterfrågat.¹³

Bonnier och Le Monde är respektabla företag som funnits länge, och som ändå betar sig försåttligt. De gör det svårare att skilja mellan bra och dålig information. Och de är bra på politiskt självförsvar. Åtgärder som bemäktigar privatpersoner i digitala miljöer och stärker säkerheten på ett konkret och praktiskt sätt i vardagen – inte bara beträffande information i termer av statisk lagring utan också beträffande

11 EU-kommissionen (2017)

12 Elgin m.fl. (2015)

13 Satyal (2017)

hur den används – marknadsförs som dyra, onödiga och hämmande. Dataskyddsförordningen GDPR, till exempel. Medan åtgärder som kanske egentligen gör mindre skillnad, som cyberoffensiv forskning och utveckling där myndigheter hittar metoder att hacka andra länders IT-system, kan marknadsföras som patriotiska. Försvarspolitikerna kan inte i längden kompensera för en dålig näringspolitik. Om vi tror att okontrollerad reklamdistribution är dåligt för samhället, är det reklamdistributionen vi borde reglera.

I tider av cyberkrigföring och sårbarheter i operativsystem, så blir frågor om trojaner, keyloggers, hårdvarukritiska attacker (Spectre, Meltdown, CrashOverride, Stuxnet) helt centrala. Vad är era kommentarer på den senaste tidens synbara eskalation av den här typen av låg-intensiv krigföring? Se till exempel den ryska strategin av att kontinuerligt störa ut eller trötta ut infrastrukturella system i Ukraina, eller den omfattande uppdatering av hårdvara som virus som Spectre de facto kommer att framtvunga. Vilka blir de stora lärdomarna för organisationer, företag och myndigheter i Sverige?

AA Spectre och Meltdown forskades fram av duktiga EU-finansierade och framför allt civila säkerhetsforskare som granskar hur vår teknologi egentligen fungerar. Vi i allmänheten fick snabbt information om vad säkerhetsproblemen innebar, och även hur vi kunde skydda oss (även om det i det här fallet visade sig att skyddet mot sårbarheterna innebar effektivitetsförsämringar för vissa hårdvarukomponenter). Det är farligt och olyckligt att IT-säkerhetsproblem allt för ofta kläs i krigsretorik och skepnad av undantagstillstånd: i själva verket är det helt normalt att upptäcka och åtgärda säkerhetsproblem i IT-miljöer. Både kunskapsspridning och motåtgärder fungerar bättre och snabbare när säkerhetsforskningen bedrivits civilt, snarare än militärt eller inom underrättelseverksamhet. Organisationer som företag och myndigheter bör dra lärdomen att det är bättre med öppna, transparenta processer som tillåter att lösningar på allvarliga problem

Att den evidensbaserade kunskapen i så hög grad saknas gör hela området mer sårbart i förhållande till olika särintressen, inte bara från andra stater utan även från olika kommersiella intressenter och lobbygrupper både inom och utom förvaltningen.

För mig är den stora lärdomen att vi har så mycket kvar att lära oss för att kunna undvika att den här typen av situationer uppstår. Lika viktigt är dock att när incidenter inträffar, vilket de alltid kommer att göra, undvika negativa följdverkningar som obalanserade reaktioner där säkerheten sätts över andra viktiga aspekter som effektivitet, integritet, demokratiska värden och insyn. ■

REFERENSER

AGAR, J. (2012) The Government Machine. Cambridge, MA: MIT Press.

CURTIS, A. (2011) All Watched Over By Machines of Loving Grace. TV-serie, BBC, 23 maj – 6 juni.

ELGIN, B; M. RILEY; D. KOCINIENIEWSKI & J. BRUSTEIN (2015). The Fake Traffic Schemes That Are Rotting the Internet. Bloomberg Businessweek, 24 september. [HTTPS://WWW.BLOOMBERG.COM/FEATURES/2015-CLICK-FRAUD/](https://www.bloomberg.com/features/2015-click-fraud/)

EU-KOMMISSIONEN (2017) Public consultation on improving cross-border access to electronic evidence in criminal matters. [HTTPS://EC.EUROPA.EU/INFO/CONSULTATIONS/PUBLIC-CONSULTATION-IMPROVING-CROSS-BORDER-ACCESS-ELECTRONIC-EVIDENCE-CRIMINAL-MATTERS_EN](https://ec.europa.eu/info/consultations/public-consultation-improving-cross-border-access-electronic-evidence-criminal-matters_en)

EWALD, F. (2010). Hur mycket behöver sjukvården veta om oss? Läkartidningen, 23. 7 juni. [HTTP://WW2.LAKARTIDNINGEN.SE/INCLUDES/07PRINTARTICLE.PHP?ARTICLEID=14533](http://ww2.lakartidningen.se/includes/07printarticle.php?articleid=14533)

KOLKOWSKA, E., F. KARLSSON, K. HEDSTRÖM (2017). Towards analysing the rationale of information security non-compliance: Devising a value-based compliance analysis method. Journal of Strategic Information Systems, 6(1): 39–57.

LARSSON, L. (2015) Så spanar polisen på Facebook. Dagens Nyheter, 28 januari. [HTTPS://WWW.DN.SE/EKONOMI/SA-SPANAR-POLISEN-PA-FACEBOOK/](https://www.dn.se/ekonomi/sa-spanar-polisen-pa-facebook/)

LUNDGREN, B. (2017) Vad är säker information? i J. Hallberg et al. (red.) Informationssäkerhet och organisationskultur. Lund: Studentlitteratur, 199–214.

MSB (2012) Reflektioner kring samhällets skydd och beredskap vid allvarliga IT-incidenter – En studie av konsekvenserna i samhället efter driftstörningen hos Tieto i november 2011. MSB Publ.nr MSB 367-12, februari.

MSB (2013) Vägledning – informationssäkerhet i upphandling. Informationssäkerhet i upphandling av system, outsourcing och molntjänster. MSB Publ.nr MSB555, april.

PIRTISALO SALLINEN, J. (2017). Flera allvarliga IT-brister hos krismyndigheter. Svenska Dagbladet, 27 oktober. [HTTPS://WWW.SVD.SE/FLERA-ALLVARLIGA-IT-BRISTER-HOS-KRISMUNDIGHETER](https://www.svd.se/flera-allvarliga-it-brister-hos-krismyndigheter)

SATYAL, P. (2017) Against an Increasingly User-Hostile Web. Blogginlägg, 2 november. [HTTPS://WWW.NEUSTADT.FR/ESSAYS/AGAINST-A-USER-HOSTILE-WEB/](https://www.neustadt.fr/essays/against-a-user-hostile-web/)

SOU 2013:39. Europarådets konvention om IT-relaterad brottslighet.

SOU 2015:39. Myndighetsdatalag.

SOU 2017:39. Dataskyddsutredningen.

THOMPSON, B. (2018). Meltdown, Spectre, and the State of Technology. Nyhetsbrevet Stratechery, 8 januari. [HTTPS://STRATECHERY.COM/2018/MELTDOWN-SPECTRE-AND-THE-STATE-OF-TECHNOLOGY/](https://stratechery.com/2018/meltdown-spectre-and-the-state-of-technology/)

**PUBLIC SERVICE,
PLATTFORMAR
OCH
PERSONALISERING**

—

—

—

—

—

—

FRÅN FILTERBUBBLOR TILL REKOMMENDERAD MÅNGFALD

—

—

—

JOCKUM HILDÉN är doktorand i medie- och kommunikationsvetenskap vid Helsingfors universitet och forskar på mediepolitiska frågor, i synnerhet reglering på EU-nivå. Han har skrivit flera forskningsrapporter om nordisk medie- och kommunikationspolitik och slutför för tillfället sin avhandling om dataskyddsförordningens lagstiftningsprocess.

användare av deras playtjänster. Men en förutsättning för att skapa personliga rekommendationer är att allt mer användardata samlas in och att användarna uppmuntras att skapa profiler på public servicebolagens tjänster. Public servicebolagen blir således allt mer plattformslika och betydligt mer omfattande än Netflix som i dagsläget nöjer sig med att erbjuda en enda tjänst. Då public service täcker allt från nyheter, sport, aktualitetsprogram, drama och dokumentärer via en mängd olika digitala kanaler blir möjligheterna att skapa plattformslika ekosystem allt mer framträdande.

Det har följaktligen höjts en del kritiska röster mot public service-aktörens personalisering. I det här kapitlet kommer jag att fokusera på tre av de vanligaste argumenten:

- 1 Tekniken härstammar från kommersiella applikationer och följer därmed en kommersiell logik som inte är förenlig med public service-uppdraget
- 2 Personalisering skapar så kallade ”filterbubblor” vilket bidrar till samhällelig polarisering
- 3 Personalisering förutsätter en integritetskränkande övervakning av människors medievävanor, vilket är speciellt oroväckande med tanke på att public service-bolag är statligt finansierade.

Syftet är inte att behandla dessa argument som myter som ska förkastas, utan att vända och vrida på eventuella problem med den allt genomträngande personaliseringen av nätet med public service som utgångspunkt.

”Tekniken är kommersiell och lämpar sig inte för public service”

ETT VANLIGT ARGUMENT mot att personalisera public service är att tekniken följer en kommersiell logik som inte är förenlig med public service-uppdraget.² Det är sant att mycket av personaliseringstekniken gått ut på att maximera mängden användare eller konsumenter och på så vis har utvecklingen i högsta grad drivits fram med en kommersiell målsättning. Men att anta att det ena skulle resultera i det andra per automatik är däremot en illusorisk korrelation. Att en teknik utvecklats för att tillgodose kommersiella intressen behöver inte betyda att den enbart tjänar kommersiella ändamål. Googles sökmotor följer till exempel en kommersiell logik, men används likväl som sökmotor på många hemsidor som är allt annat än kommersiella. Den viktigaste frågan är inte huruvida en teknik utvecklats i ett kommersiellt sammanhang, utan huruvida en teknik är ändamålsfixerad. Om det går att omdefiniera målet med personalisering är det således även möjligt att frånga den kommersiella logiken till förmån för andra ändamål. Att tekniken skulle vara helt kommersiell är inte heller riktigt sant.

Som begrepp används personalisering i många olika sammanhang, i allt från marknadsföring till medicin, med tillhörande begreppsförvirring och inkonsekvent tillämpning. Det är med andra ord viktigt att klargöra att det här kapitlet handlar om teknik som möjliggör en unik presentation av medialt innehåll. Handskrivna brev för att marknadsföra produkter till enskilda kunder, individuella läroplaner eller individanpassad mediciner- ing faller med andra ord inte in under termen som behandlas här.

Personaliseringen som används av mediehus nätbaserade tjänster

2 Se bland annat finska Medieförbundets ställningstagande till personalisering av public service-utbudet, Medialiitto (2017) (på finska).

bygger på teknik som utvecklats sedan 90-talet.³ Personalisering kan ses som ett samlingsbegrepp för en mängd olika tekniker som kan användas för att skraddarsy innehåll. Här ingår flera olika sorters *rekommendationssystem*. De vanligaste rekommendationssystemen baserar sig på två olika sorters tekniker: Innehållsbaserad rekommendation (*content-based filtering*) och kollaborativ rekommendation (*collaborative filtering*). Den förstnämnda tekniken bygger på att jämföra innehåll och den sistnämnda på att jämföra observerade karakteristika hos användarna. Slutresultatet blir i det första fallet att liknande innehåll rekommenderas och i det andra att rekommendationerna är baserade på vad andra, liknande användare har gjort för val.

Ett av de första kollaborativa rekommendationssystemen utvecklades av en forskningsgrupp vid University of Minnesota.⁴ Rekommendationssystemet *GroupLens* utvecklades för att jämföra hur användare av nyhetsgrupper på Usenet rankade nyhetsinnehåll. Det var först några år senare som forskarna bakom *GroupLens* kommersialiserade sin teknik. Flera olika kollaborativa rekommendationssystem har utvecklats sedan dess. Den mest kända tillämpningen är antagligen Amazons ”kunder som köpte den här produkten köpte även...”.

Numera står privata aktörer för lejonparten av utvecklingen inom rekommendationssystem, ofta i tätt samarbete med universitet. Universitetsforskare och systemvetare från den privata sektorn har sedan 2007 samlats årligen vid Association of Computer Machinery's *Conference on Recommender Systems* för att presentera det senaste inom personalisering. Det är uppenbart att motiven bakom att utveckla rekommendationssystem ofta är rent kommersiella: fler klick, mer konsumtion, mer träffsäker reklam. Det betyder däremot inte att tekniken i sig enbart skulle kunna tjäna kommersiella mål och syften. En sådan tolkning är alltför deterministisk och ignorerar det faktum att kod har många användningsområden och kan skrivas om. Det finns en

3 Montaner m.fl. (2003)

4 Resnick m.fl. (1994)

hel del forskning på hur måttligt populära artiklar i produktkatalogen kan rekommenderas till rätt intressenter – den så kallade långa svansen; *long tail*.⁵ Problemet med detta närmandesätt är att det ofta resulterar i rekommendationer med rätt dålig statistisk träffsäkerhet eftersom det rör sig om ett litet antal totala träffar.⁶ Om 200 000 svenskar köper raklödder då de köper rakblad kan man vara ganska säker på att rekommendationen faller i god jord. Om 200 svenskar köper häftstift och underkläder vid samma köptillfälle är sambandet inte lika säkert.

Rekommendationssystemen bygger inte bara på statistiska samband. Den uppmärksamme har säkert noterat att rekommendationssystemen i första hand bygger på informationsfiltrering. Det som sällas bort är i första hand svagare statistiska samband, därav problemet med träffsäkerhet i den långa svansen. Även om korrelationsgraden är hög innebär få träffar en så låg träffsäkerhet att felmarginalen blir för stor för att rekommendationssystemet ska vilja ta en artikel i beaktande.

En viktig del av public service-uppdraget är att se till att programutbudet är mångsidigt, vilket också framgår ur SR:s och SVT:s anslagsvillkor (6 §). I takt med att en allt större del av befolkningen tar del av public service via strömningstjänster på nätet innebär det att ett mångsidigt programutbud inte räcker. En omfattande och mångsidig programkatalog är betydelselös om bara de mest populära programmen lyckas locka till sig tittare. Användarna måste även exponeras för ett mångsidigt innehåll. Tyvärr resulterar en mångsidig exponering inte sällan i sämre tittarsiffror. Slutsatserna från personaliseringsforskningen⁷ har bekräftats av flera europeiska public service-bolag: det går att rekommendera mer varierat innehåll till användarna, men träffsäkerheten lider och färre tittare strömmar vidare. Det finns däremot en guldkant: det är fortfarande betydligt bättre för tittarsiffrorna att rekommendera varierat innehåll än att erbjuda en och samma lösning för pensionärer, karriärister och tonåringar.

5 Se bland annat Park & Tuzhilin (2008), Lathia m.fl. (2010), Ozturk & Han (2014), Vargas & Castells (2011), Adomavicius & Kwon (2012)

6 Se till exempel Hu m.fl. (2017)

7 Se noten ovan.

Men bara för att det går att göra icke-kommersiella rekommendationer som trycker på mångfald istället för ökad konsumtion betyder det inte att mediehus kommer att göra det. För reklamoberoende public servicebolag i Norden är valet inte speciellt svårt. Så länge tittarsiffrorna är tillräckligt höga för att rättfärdiga verksamheten går det att införa rekommendationer som trycker på mångfald istället för klick. Men för aktörer som är mer beroende av reklamintäkter eller abonnemang blir ekvationen mer utmanande. Netflix må ha en stor katalog filmer och serier, men det rör sig snarast om väldigt många alternativ med rätt så begränsad mångfald. Cineaster har till exempel beklagat sig över att en stor del av filmhistorien riskerar att gå förlorad i samband med att strömningssjättarna tar över.⁸

Ett annat problem är att även aktörer som är intresserade av att erbjuda breda rekommendationer använder sig av i stort sett samma verktyg som de kommersiella mediehusen. Rekommendationssystem säljs i allt större utsträckning som tjänster av specialiserade firmor. Det är då upp till beställaren att ställa krav på leverantören och att be om rekommendationer som också trycker på mångfald. Vissa public servicebolag, som DR och BBC, gör redan detta. Om det visar sig att vara en lyckad strategi får tiden utvisa.

Utmaningen är tvåfaldig: dels är de mest sålda rekommendationssystemen skapade för att maximera tiden vi är bänkade framför tv:n, datorn eller telefonen, och dels måste public service-strategerna motstå lockelsen att maximera strömningen. Att tro att public service-bolag skulle vara immuna mot pressen som kvantitativ resultatredovisning medför är önsketänkande. Även om mångfaldsperspektivet är viktigt, är det minst lika viktigt för public service att redovisa höga tittarsiffror för att understryka sin samhälleliga relevans. Flertalet studier pekade till exempel på att public service bolag förstärkte sin kommersiella profil då de utsattes för konkurrens av privata aktörer när tv-marknaden avreglerades på 1990-talet.

8 Hiltzik (2017)

verklighetsuppfattning och ny information är i konflikt. Människor strävar istället efter kognitiv överensstämmelse. För att uppnå detta ändrar man antingen sina åsikter då man tar del av ny kunskap, eller så förkastar man den nya kunskapen för att undvika kognitiv dissonans. I och med att människor i regel inte vill utsätta sig för detta val väljer de informationskällor som stämmer överens med deras världssyn.¹¹

Det nya med filterbubblor är inte att olika samhällsgrupperingar läser olika tidningar utan att människor är mindre medvetna om filtreringen som pågår innan innehållet presenteras. Många lever i tron om att sökresultaten är samma för alla, då *de facto* skiljer sig beroende på vilka sidor man besökt tidigare och profilen som Google skapat åt en. Man kan uttrycka det som att en partitidnings politiska vinkling är manifest, en sökmotors personalisering latent. Frågan är då om personaliseringen i sig polariserar samhällen eller om filterbubblorna enbart reflekterar en fragmenterad och polariserad verklighet?

Forskning på området ger inga klara svar men några indikationer. För det första verkar det som om personers sociala nätverk är den avgörande faktorn i hur mångsidigt innehåll personer tar del av på sociala medier.¹² Har man bara likasinnade vänner får man bara likasinnat innehåll i sitt flöde. Däremot verkar det finnas en viss, svag snedvridning på Facebook där liknande innehåll premieras (Bakshy et al. 2015). Personalisering som enbart baserar sig på sociala rekommendationer kan alltså förstärka bubblorna. Samtidigt finns det mycket som tyder på att även om mediernas utbudssida numer ofta präglas av automatiserade, skraddarsydda flöden på respektive plattform vägs den faktorn upp av att de flesta medieanvändare använder olika sorters medier och möts av en mångfald av olika källor.¹³ Rimligen har mångfalden på *det stora hela* blivit större än tidigare tack vare internet – men frågan för public service är snarare huruvida man som enskild aktör kan främja sådan mångfald eller motverkar den.

11 Frey (1986), Garrett (2009), Knobloch-Westerwick & Meng (2009)

12 Bright (2016), Flaxman m.fl. (2016), Barbera m.fl. (2015), Bakshy m.fl. (2015), Pentina & Tarafdar (2014), Nikolov m.fl. (2015)

13 Se Dahlgren (2018) för en aktuell forskningsöversikt.

länder är inte medieanvändningen lika fragmenterad som i USA, där de största nyhetssändningarna endast når 10–15 procent av befolkningen¹⁷ och en avreglerad mediemarknad har underlättat för aktörer som Fox News att dominera i vissa politiska läger. Det är med andra ord mindre sannolikt att en dylik polarisering skulle uppstå i Sverige där över hälften följer med SVTs nyhetssändningar, oavsett vilka nyhetsinslag som dyker upp i användarnas flöden. Dessutom delas sändningstillstånden för kommersiell tv ut enligt en skönhetstävling, vilket också medför en slags kvalitetskontroll. Det som har skapat en del oro är att allt fler kan klassas som ”nyhetsundvikare” som aldrig själva söker sig till nyhetshusens utbud.¹⁸ Om dessa enbart tar del av nyheter via sina sociala nätverk är det möjligt att bubblorna förstärks på lång sikt.

Här finns följaktligen en tredje utmaning för public service: att se till att det innehåll som erbjuds inte enbart presenteras i miljöer som bolagen själva inte har någon kontroll över och som också är mer känsliga för att förstärka polariserande effekter. I korthet innebär det att public service måste se till att inte bli alltför beroende av sociala medier, utan se till att en stor del av befolkningen även i fortsättningen tar del av public service i dess egna kanaler och, rimligtvis, på dess egna plattformar.

17 Prior (2013)

18 Strömbäck (2015)

med bättre rekommendationer. Däremot hamnade strömningsjätten i blåsväder då de på Twitter gjorde narr av personer som hade kollat på julfilmen *A Christmas Prince* upprepade gånger: ”*To the 53 people who’ve watched A Christmas Prince every day for the past 18 days: Who hurt you?*”. Netflix försvarade sig genom att säga att de inte identifierar sina användare, men de 53 användarna kände sig knappast trygga med detta svar.

Det är inte första gången Netflix blivit utpekade för integritetskränkande praxis. Mellan 2006 och 2009 publicerade Netflix användardata i samband med en tävling för att utveckla företagets egna kollaborativa rekommendationssystem. Två forskare från The University of Texas at Austin lyckades identifiera individuella användare genom att samköra Netflixdatabasen med data från filmdatabasen IMDb.¹⁹ Netflix lärde sig av sina misstag och har sedan dess inte publicerat några användardata. Exakt hur många som har tillgång till användardatabasen inom organisationen är däremot ett frågetecken. Problemet med denna typ av data är att den är i högsta grad personlig. Det behövs helt enkelt inte speciellt mycket information för att identifiera en användare – en enkel samkörning med Twitterdata, IMDb eller någon annan källa räcker. De flesta mediehusen är antagligen inte speciellt intresserade av att låta allmänheten ta del av sina användardatabaser, men om 2017 lärt oss något är det att intressant information har en tendens att locka till sig hackare. Equifax, USAs största kreditdatabolag, blev av med 143 miljoner amerikaners kreditinformation. Färdtjänstappen Uber tömdes på information om 57 miljoner användare. Hackare erhöll information om tre miljarder Yahoo-konton i samband med en attack i augusti 2013. Kreditkortsinformation är förstås ett mer attraktivt byte än spellistor och favoritprogram, men speciellt nyhetsorganisationer bör se över vilken sorts och hur de lagrar information om vilka artiklar deras användare har läst.

Är det då mer oroväckande att ett statligt finansierat public service-bolag kartlägger medieanvändningen än till exempel Facebook eller Google?

19 Narayanan & Shmatikov (2007)

Att användardata från public service-bolag skulle användas för politisk åsiktsregistrering är inte speciellt sannolikt. Svaret är alltså troligen nej på alla punkter utom en: dataskydd. Google och Facebook sitter entydigt på otroligt känslig information om sina användare, och eftersom deras affärsverksamheter bygger på försäljning av annonser försöker de också göra sitt bästa att skydda den. Public service-bolag är i grunden producenter av innehåll, inte IT-bolag. De har följaktligen inte samma resurser att se över sin säkerhet, trots att de är jämförelsevis sannolika mål för cyberkrigföring och andra typer av attacker. Därför är det desto viktigare att små aktörer ser till att användarinfon krypteras ifall databasen skulle publiceras i en läcka.

SLUTSATS

SLUTSATSEN AV DENNA översikt är att public service-uppdraget inte är uppenbart oförenligt med en mer aktiv, automatiserad personalisering. Däremot är det tydligt att personaliseringen av medialt innehåll för med sig ett utökat behov av att följa upp vad som egentligen händer med medieanvändningen. Dåligt programmerade rekommendationssystem kan skapa alltför snäva rekommendationer som förstärker effekterna av människors naturliga tendens att ty sig till bekant innehåll. Som tur är finns det rekommendationssystem som strävar efter andra mål än största möjliga antal klick.

Sammanfattningsvis kan man därför konstatera att public service-bolag som okritiskt tar till sig personaliseringens evangelium utan att kritiskt granska vilka effekter denna kan ha på den egna verksamheten riskerar att bidra till en snävare mediekonsumtion. Men om public service-bolag ser till att omdefiniera personaliseringsteknikens syfte till att rekommendera mångsidigare innehåll är det sannolikt att en ökad personalisering även kan bidra till en mer mångsidig mediekonsumtion. Det

förutsätter däremot att mångfaldskriteriet ses över och anpassas till dagens mediala verklighet.

Det är också värt att poängtera att det normativa värdet i en mångsidig mediekonsumtion inte är lika inom alla genrer, och frågan är desto svårare i de situationer då någon form av mångsidighetsavvägning verkligen behövs. Speciellt varsamma bör public service-bolag vara då de personaliserar nyhetsflöden – det samma gäller förstås nyhetsmedierna i stort. I första hand kan det bidra till att nyhetskonsumtionen blir alltför snäv och stora nyheter inte når medborgare i lika stor utsträckning. I andra hand kan missriktade mångsidighetsändamål leda till att marginella åsikter får alltför stort utrymme i den offentliga debatten. Även om tekniken är förhållandevis ny ställs man alltså inför journalistikens grunddilemma: Vad är objektiv rapportering? Där finns det ingen entydig teknisk lösning, utan även personaliseringen måste ses som ett redaktionellt beslut, hur automatiserad den än är.

Den största utmaningen lär ändå vara hur medierna kan bidra till att människor ser sig utanför sina egna samhällsgrupper. Med facit på hand verkar det som om Facebook misslyckats i sitt mantra ”bring the world closer together”. Om de gigantiska transnationella sociala medieplattformarna inte lyckats skapa en demokratisk offentlighet, vad kan då de traditionella medierna, ofta nationellt eller lokalt baserade, göra med sina begränsade tillgångar? Det är knappast troligt att public service kunde skapa några reella alternativ till de kommersiella tjänsterna. Public service kan förstås bidra till samhällsdebatten genom att producera högkvalitativt innehåll som förhoppningsvis också delas på sociala medier, men utfallet är inte nödvändigtvis alltid det man tänkt sig. Problemet är, för att använda en journalistisk klyscha, att allmänheten inte nödvändigtvis är intresserad av det som ligger i allmänhetens intresse.

En tanke som några dataingenjörer vid europeiska public service-bolag lekt med är att införa bakvänd kollaborativ filtrering: istället för att rekommendera innehåll som liknande användare fattat tycke för kunde

man göra precis tvärtom – diametralt olikkonsumerande användare skulle få rekommendationer av varandra. En annan möjlighet är att synliggöra hur lik medieanvändningen är mellan olika demografiska grupper. Netflix har bland annat beslutat att strunta i demografisk information, då den inte tillför mer träffsäkra rekommendationer. Kanske renskötaren i Lappland, finanshajen i Stockholm och närvårdaren i Halmstad har mer gemensamt än vad de tror. ■

- Nguyen, T.T., Hui, P.M., Harper, F.M., Terveen, L. and Konstan, J.A. (2014). Exploring the filter bubble: the effect of using recommender systems on content diversity. *Proceedings of the 23rd international conference on World wide web*, 677–686.
- Nikolov, D., Oliveira, D.F., Flammini, A. and Menczer, F. (2015). Measuring online social bubbles. *PeerJ Computer Science*, 1, 38.
- Ozturk, P. ja Han, Y. (2014). Similar, yet diverse: A recommender system. *Collective Intelligence 2014*. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2421608>.
- Pariser, E., 2011. *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin: UK.
- Paul Resnick, Neophytos Iacovou, Mitesh Suchak, Peter Bergstrom, and John Riedl. 1994. GroupLens: An Open Architecture for Collaborative Filtering of Netnews. In Proceedings of the 1994 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW '94), 175–186. <https://doi.org/10.1145/192844.192905>.
- Pentina, I. and Tarafdar, M. (2014). From "information" to "knowing": Exploring the role of social media in contemporary news consumption. *Computers in Human Behavior*, 35, 211–223.
- Prior, M. (2013). Media and political polarization. *Annual Review of Political Science*, 16, 101–127.
- Sun, Z., Han, L., Huang, W., Wang, X., Zeng, X., Wang, M., Yan, H., 2015. Recommender systems based on social networks. *Journal of Systems and Software* 99, 109–119. doi:10.1016/j.jss.2014.09.019.
- Sunstein, C. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Svenskarna och Internet (2017). Titta, lyssna och läsa. *IIS*. <https://2017.svenskarna-ochinternet.se/titta-lyssna-och-lasa/>.

Thurman, N., and Schifferes, S. (2012). The Future of Personalisation at News Websites: Lessons from a Longitudinal Study. *Journalism Studies*, 13(5-6), 775–790. doi: 10.1080/1461670X.1462012.1664341.

Vargas, S., and Castells, P. (2011). Rank and relevance in novelty and diversity metrics for recommender systems. *Proceedings of the fifth ACM conference on Recommender systems*.

Yoon-Joo Park and Alexander Tuzhilin. 2008. The long tail of recommender systems and how to leverage it. In *Proceedings of the 2008 ACM conference on Recommender systems (RecSys '08)*. ACM, New York, NY, USA, 11–18. DOI=[HTTP://DX.DOI.ORG/10.1145/1454008.1454012](http://dx.doi.org/10.1145/1454008.1454012)

Zuiderveen Borgesius, F., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., de Vreese, C. and Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles?. *Internet Policy Review*, [online] 5(1). [HTTP://POLICYREVIEW.INFO/ARTICLES/ANALYSIS/SHOULD-WE-WORRY-ABOUT-FILTER-BUBBLES](http://policyreview.info/articles/analysis/should-we-worry-about-filter-bubbles)

**FRAMTIDEN
ÄR REDAN
HÄR**

—

—

—

—

—

—

—

**OM
PLATTFORMISERINGEN
AV SKOLAN
OCH FOSTRAN AV
FRAMTIDENS
MEDIEMEDBORGARE**

—

—

MICHAEL FORSMAN är docent i medie- och kommunikationsvetenskap vid Södertörns högskola och har sedan sent 1990-tal även arbetat med lärarutbildning. På senare år har han riktat allt mer fokus på medie- och informationskunnighet (MIK).

” *Lärplattformar inverkar tillsammans med begrepp som ’digital kompetens’ på vårt sätt att se på kunskap och på framtiden och ger mening och legitimitet till hur framtidens arbetskraft, medborgare och individer fostras genom vår tids undervisningsteknologier.*

INLEDNING

”Framtiden är redan här” twittrade en av deltagarna på EdTech Sweden-konferensen häromåret.¹ Denna och andra livetweets från deltagare flödade på väggskrämen i konferenslokalen under detta årliga evenemang för den växande lärandeekonomin där ”företag, organisationer och myndigheter som levererar produkter och tjänster som gynnar och underlättar vuxenutbildning och färdighetsutveckling” möts.² På plats fanns edtech-jättar och olika startup-företag. Där var också Skolverket, Statens innovationsverk, lärarfack och andra. Alla var de där för att diskutera digitalisering och livslångt lärande under ledord som ”futurism och lösningsfokus”.³ Förmodligen var det lätt historiefilosofiska utropet ”framtiden är redan här” en sarkastisk kommentar till något jag just hade sagt på scenen där jag stod som panelist i ett samtal om skolans digitalisering, digital kompetens och lärarutbildning. Vad jag sa var något i stil med följande:

VI SOM ARBETAR med lärarutbildning måste bli bättre på att följa med i skolans snabba digitalisering om vi ska kunna förbereda lärarstudenterna för framtiden. Samtidigt behöver vi vara historiserande och kritiskt reflekterande kring skolans digitalisering och samhällets medialisering. Exempelvis behöver vi förstå relationer mellan mediasamhälle och läroplaner och de ideologier som omger lärplattformar och skolans nya medieteknologiska infrastruktur. Inte minst nu, när digital kompetens kommer in i läroplanen. I bakgrunden vet vi att det finns starka politiska och ekonomiska intressen. EU och OECD har fört in begrepp som ”digital kompetens” och ”livslångt lärande” i vårt sätt att tänka kring skolan. Plattformsföretag som Google, Apple och Microsoft är numera en förutsättning för att bedriva skolarbete.

1 *EdTech Sweden* arrangeras av bland andra Rektorsakademien som företräder friskolorna och fackförbundet Unionen (tjänstemän i privat sektor). *EdTech Sweden* har fokus på vuxnas utbildning och livslångt lärande och skiljer sig därmed från produktmässor och fortbildningskonferenser för dem som undervisar från förskola till gymnasium, som exempelvis den årliga SETT-mässan som samlar tusentals lärare från hela landet.

2 [HTTPS://WWW.EDTECHSWEDEN.SE/ABOUT-START/ABOUT1?SC_LANG=EN](https://www.edtechsweden.se/about-start/about1?sc_lang=en), författarens översättning.

3 Ibid.



Jag driver i den här artikeln tesen att skolans plattformisering inverkar på fostran av det jag kallar "mediemedborgaren" varmed jag avser ett kritiskt tänkande, demokratiskt deltagande och historiskt medvetet subjekt.¹³ I och med detta perspektiv förstår jag "plattform" inte bara som en teknisk term utan också som grund för ideal och värderingar; vi kan se hur plattformsföretag som Google, Facebook och Apple skapar nästan metafysisk mening kring sina plattformar, som beskrivs som *mötesplatser för möjligheter* – vilket gör plattformsföretagen till *mästare på yttrandefrihet*.¹⁴

Som nog redan har framgått är mitt syfte inte att jämföra olika lärplattformars fördelar och nackdelar, snarare ligger min text i linje med det Selwyn & Facer kallar "kritiska studier av undervisningsteknologi" där ambitionen är att öppna teknikens "svarta låda" och avmystifiera narrativ där "digitala teknologier används som fullmakter och tecken för en på förhand given framtid".¹⁵ I mitt resonemang förenar jag medieteoretiska och utbildningsteoretiska ingångsvärden och diskuterar skolans plattformisering i relation till begrepp som medialisering, sociotekniska föreställningar lärandeanalytik och lärifiering. Artikeln avslutas med några reflektioner kring mediemedborgaren i plattformssamhället och vad en ny form av mediekunnighet (media literacy) skulle kunna innebära med avseende på fostran av aktiva och kritiska mediemedborgare för framtidens plattformssamhälle.

PLATTFORMISERINGENS FÖRÄNDRINGSKRAFT

I BOKEN *The platform society: Public values in a connected world* beskriver Van Dijck m.fl. den snabba tillväxten och vårt ökade beroende av digitala

-
- 13 Begreppet "mediemedborgaren" är hämtat från det pågående projektet *Mediemedborgarens fostran och skolans medialisering: läroplaner, läromedel, lärarutbildning* (Riksbankens jubileumsfond 2016–2018). Projektet drivs av Michael Forsman och Staffan Ericson vid Södertörns högskola.
- 14 Gillespie (2010: 348–359)
- 15 Selwyn & Facer (2013: 6, 10–11)

plattformar för utbyte av information, varor och tjänster genom kommunikation.¹⁶ Plattformar är (likt oljeborrtorn) påbyggnadsbara, och avhängiga gränssnitt, algoritmer och tekniska protokoll som sammankopplar dem i en digital arkitektur bestående av internetlänkar och juridiska avtal som möjliggör förbindelser mellan användare och digitala tjänster, och mellan olika digitala plattformar. Den produkt och vara som skapas inom denna infrastruktur är (meta)data, det vill säga aggregerade data om användares digitala beteenden och spår, och en viktig del av affärsidén inom denna plattformsekonomi är att mot ersättning tillgängliggöra sådana metadata, företrädevis till annonsörer.¹⁷

På så sätt uppstår ett tekniskt, ekonomiskt, kommunikativt och medialt ekosystem som blir alltmer betingande i vår vardagliga kommunikation. Plattformsbundna tjänster och utbyten håller också på att förändra offentliga verksamheter, som allmän utbildning, och de värdesystem dessa vilar på. Det finns skäl att tala om en (r)evolution: Plattformssamhället är ett faktum, samtidigt är det en pågående förändringskraft, vars konsekvenser vi ännu inte fullt ut kan se, men om plattformiseringen inte diskuteras, problematiseras, kritiseras (och regleras) kan den leda till att allmännyttiga verksamheter som utbildning eller sjukvård förändras på djupet när privata plattformsföretag, utbildningsföretag och fristående entreprenörer tar över funktioner som traditionellt har legat under det allmänna.

För att bena upp i plattformsekologin skiljer van Dijck m.fl. på två strukturellt olika typer av plattformar. Med *infrastrukturella plattformar* menar de en teknisk infrastruktur – som består av komplexa system av servrar, browsers, molntjänster, annonsnätverk, appar, betalssystem, analysverktyg, medietjänster, strömningstjänster, geolokaliseringssystem – där plattformsgiganter som Google, Apple, Microsoft, Facebook har en central roll. *Sektorsplattformar* tillgodoser behov inom en mer specifik men ändå ofta mycket omfattande sektor, som exempelvis

¹⁶ Van Dijck m.fl. (2018)

¹⁷ Breiter & Hepp (2018)



skolväsendet.¹⁸ Lärplattformar som kopplar samman lärare, elever, föräldrar och skoladministration faller inom den senare kategorin.¹⁹

SKOLVÄRLDENS PLATTFORMAR

LÄRPLATTFORMAR (Learning Management Systems) används för undervisning och lärande och medger ett flexibelt och tids- och rumsbundet lärande. Vad som skiljer dem från tidigare historiska vågor av datorisering av skoladministration och undervisning är dels det stora antalet funktioner som samlas på lärplattformen och dels en långt mer utvecklad systematik som kombineras med flexibilitet, platsobundenhet och interaktivitet.²⁰

Det finns olika definitioner av lärplattformar men i grunden består de av webbaserade och centraliserade system som stödjer pedagogiska och administrativa processer med koppling till skola, undervisning och lärande.²¹ Lärplattformarna gör att lärare och skola kan administrera, kommunicera, publicera kursmaterial och bedöma elevers prestationer, men i och med plattformar som Facebook och Instagram har allt fler lärplattformar kommit att inkludera även utbyte, kommunikation, realtidskommunikation och multimodala uttryck och audiovizuella möjligheter.²² De flesta av dagens lärplattformar kan laddas ned i form av appar av sina användare (lärare, elever, föräldrar, skoladministration) och ger utöver en rad kommunikationsmöjligheter även (behörighetsprovad) tillgång

18 Kända exempel på sektorsplattformar är *Airbnb* på bostadsmarknaden och *Uber* på transportmarknaden.

19 Van Dijk m.fl. (2018) pekar även på en tredje plattformskategori. De *komplementära* plattformarna, som säljer produkter till användare genom förmedling. Ett sådant exempel är hotellbokningssajten *booking.com*.

20 Lärplattformar har föregångare i sådant som computer assisted learning (CAL) computer-based instruction (CBI), computer-assisted instruction (CAI), computer-assisted learning (CAL) och de är en vidareutveckling av integrated learning systems (ILS). Dock är lärplattform ett bredare begrepp som inkluderar funktioner för undervisning, lärande och administrationen av dessa (Watson m.fl. 2007).

21 Watson & Watson (2007)

22 Coates m.fl. (2005)

till sådant som schema och schemaläggning, elevregister och närvaro, pedagogisk planering, skriftliga omdömen, betyg och utvecklingssamtal.

Lärplattformar möjliggör synkron och asynkron kommunikation och passar bra för distansundervisning och kommunikation i ”virtuella klassrum” där pågående elevarbeten kan kommenteras i realtid.²³ Olika text- och videofomat kan användas och lärare kan skapa egna läromedel. Dessutom kan lärplattformar kopplas till system för kursadministration; inlämningskorgar, automaträttade prov och kursuppföljning. Därtill ger de vårdnadshavare möjlighet att följa sitt barns prestationer och kunskapsutveckling i förhållande till i förhand uppställda lärandemål.²⁴ Vidare kan de länkas till system för inloggning, e-post, elev- och vårdnadshavarkommunikation, diskussionsforum, och system för övergripande undervisningsadministration (exempelvis registrering, närvaro, scheman).²⁵ Mål från läroplan och kursplaner kan läggas in, och analyser, uppföljning och rapportering av studieresultaten kan göras löpande.²⁶ Således ger lärplattformar skolorna kapacitet att kartlägga, kontrollera, anpassa, och reglera lärandeaktiviteter. De marknadsförs med att de effektiviserar lärande, undervisning och administration, förbättrar läranderesultaten, och ger fler personer tillgång till studiemöjligheter.

Enligt Digitaliseringskommissionen²⁷ hade (2014) drygt 60 procent av de svenska grundskolorna och 85 procent av gymnasieskolorna en internetbaserad plattform (inklusive skolornas egna webbplatser). Enligt Skolverket²⁸ är det fler kommunala grundskolor än fristående skolor som har internetbaserade plattformar. Vissa kommuner har satsat på att bygga upp en gemensam plattform för att täcka behov för alla kommunens skolor; ett sådant exempel är Stockholms kommun som

23 Coates m.fl. (2005). Ett känt exempel på distansundervisning i ”virtuella klassrum” är Moodle. Det är ett fritt mjukvarusystem med öppen källkod. Det används i många länder för distansundervisning, inte minst inom vuxenutbildning (exv. svenska folkuniversitet).

24 Coates m.fl. (2005)

25 Den mer övergripande skoladministrationen (exv. betyg, personuppgifter) hanteras många gånger på särskilda skoladministrativa plattformar.

26 Watson m.fl. (2007)

27 SOU 2014:13.18

28 Skolverket (2016)



används för att förmedla information som redan har distribuerats under lektioner. Då blir lärplattformen bara ett sätt att öka tillgängligheten. Lärplattformar lämpar sig annars väl för så kallat blandat lärande ("blended learning") vilket innebär att klassrumsundervisningen kompletteras genom att extramaterial och fördjupningar läggs ut digitalt. Om lärplattformen används fullt ut så innebär det att hela kursen genomförs på lärplattformen och att nästan ingen klassrumsundervisning ges.³² Mer generellt kan man säga att lärplattformar minskar beroendet av papper, behovet av fysiska lektionssalar, och att de kan ersätta fysiska möten. Många lärare och elever tycker att lärplattformar gör skolarbetet effektivare och enklare att strukturera, och upplever dem som lustfyllda och engagerade.

Men det finns nackdelar. Lärplattformarna gör skolarbetet mer teknikberoende och därmed mer sårbart för tekniktörningar. En del lärare känner press från sina rektorer på att de måste anpassa sin undervisning till lärplattformens infrastruktur. Ökat inflytande från kommunens IT-kontor på skolans verksamhet och lärares vardag är en annan problematik som i sämsta fall förminskar läraren till coach och administratör.³³ I de delar av lärplattformen där prov och bedömning sker kan alltför mekaniska och detaljerade tolkningar av läroplanens mål underminera lärarens pedagogiska omdöme. Exempelvis kan färgkoder, som läraren förutsätts använda för att visa hur långt eleven har kommit i förhållande till de i förväg uppställda målen, upplevas som begränsande och otydliga: rött står för ej godkänd, grönt för att eleven har uppnått målen, gult signalerar "på väg att uppnå kunskapskraven". Men vad betyder det att eleven "är på väg att uppnå målen"?³⁴

En mer övergripande politiskt-ekonomiskt orienterad kritik mot skolans plattformisering pekar på det beroende som skolor (runt om i världen) hamnar i när Google, Apple och Microsoft blir en förutsättning

32 För en genomgång av funktioner, se Vovides m.fl. (2007).

33 Salavati (2016)

34 Se blogginlägg, *Skolvärlden*: "Lärplattformarna är ett jävla skit, men nu har vi baxat dem ändå hit". (2017-11-08) och "Färgernas förbannelse" (2018-08-30).



för att överhuvudtaget bedriva skolverksamhet, då de tillhandahåller mycket av skolans infrastruktur: *hårdvara* (Google Chromebook, Apple iPad, Microsoft laptops); populär *programvara* (lärappar och programvaror för allt från lektionsplanering till skapade av egna läromedel eller bedömningsmatriser för formativt lärande); *systemfunktioner* (sökmotorer, lärandemiljöer online) och *molntjänster* (som Google Drive).³⁵ Jättarna erbjuder även *fortbildning och certifiering* av lärare samt egna *läroplaner* och alternativa pedagogiska upplägg.³⁶

PLATTFORMSLOGIKER

ENLIGT VAN DIJCK m.fl. (2018) präglas plattformiseringen av fyra grundläggande logiker: dataifiering, kommodifiering, selektion och personalisering.

DATAIFIERING (datafication) innebär att alla användaraktiviteter (söka, klicka, gilla, posta, och så vidare) som sker på plattformen genererar realtidsdata som möjliggör anpassningar (till exempel av reklam) och förutsägelser om användarmönster på både aggregerad och individuell nivå. Genom systematisk, automatiserad och storskalig insamling av unika och aggregerade användardata – kopplade till demografi, beteenden och relationer – har plattformsföretagen utvecklat system för realtidsanalyser av exempelvis lärandeaktiviteter. Dessa (meta)data används till att anpassa uppgifter till enskilda användares förmågor och för att utveckla företagets produkter och tjänster. Data kan också arkiveras och användas för kontroll och övervakning, eller säljas till tredje part.

KOMMODIFIERING syftar på att användardata omvandlas till en handelsvara. Detta är en ännu inte så framträdande del av plattformiseringen av den

35 Google Classroom erbjuder virtuella lärandemiljöer och möjligheter att skapa läromedel och prov. Apple Classroom ger läraren möjlighet att i realtid följa vad eleverna gör på sina iPads eller Apple-datorer i klassrummet. Apple-TV är en mediaspelare som gör det möjligt att strömma digitala mediefiler från YouTube, Netflix, iTunes eller iCloud till klassrummets projektorduk.

36 Williamson (2013)

om skola och lärande som han kallar för ”lärifering” (learnification).⁴² Vad han syftar på är att inte bara pedagogik och läromedel utan även det språk och terminologi som används för att tala om och värdera kunskap och lärande i skolan, eller för den delen inom lärarutbildningar, tenderar bli alltmer fokuserat på det mätbara och förutsägbara.

Biesta kopplar detta nya lärandespråk till fyra övergripande tendenser. För det första, välfärdsstatens erosion och nyliberalismens framväxt, vilket har lett till en marknadsanpassning av skolan i nära samspel med utvecklingen av ”new public management” som karakteriseras av mål- och resultatstyrning och system för mätning, uppföljning, kvalitetssäkring och så vidare. För det andra, utvecklandet av tankar om livslångt lärande och utbildning som ska omfatta i stort sett hela befolkningen, vilket i grunden handlar om att skapa en mer flexibel och anpassningsbar arbetskraft för framtidens marknader. För det tredje, konstruktivistiska och sociokulturella teorier om lärande, som pekar på lärandet som kontextberoende och knutet till undervisningsteknologier och ”verktygstänkande” snarare än till omistliga värden som har legat i skolans grunduppdrag. För det fjärde, ifrågasättandet av det modernistiska projekt som länge har präglat undervisningen. I det nya systemet blir lärande en produkt. Eleverna (och deras föräldrar) blir användare och kunder. Lärare (och skolor) blir producenter och leverantörer. Kunskap blir en produkt som kan mätas, värderas och marknadsföras (dock är den svår att reklamera om utfallet inte blir det utlovade).

Läriferingen är kopplad till tanken om undervisning som en teknik för *ut-lärning* av mätbart lärande som kan utvärderas mot förutgivna mål. Enligt Biesta omdefinierar detta läraren från mänsklig instans i den kommunikationsprocess som lägger grunden för lärande, till utbildningsteknokratisk hantlangare i ett storskaligt system. Om kraven på dataifiering ökar kommer lärarprofessionen och den potential som *god undervisning* kan föra med sig att undermineras, och den ”existentiella risk” som ligger i att inte veta hur jag och vi kommer att förändras och

42 Biesta (2006, 2011)



utvecklas i mötet med det ännu icke (er)kända kommer att desarmeras. Denna fråga ligger inte bara på klassrumsnivå utan går genom hela skol-systemet, och den är av betydelse för hur läroplaner utformas. Här kan den svenska skolan användas som exempel. Enligt pedagogikprofessor Tomas Englund byggde kunskapssynen i den svenska läroplanen tidigare på framhävande av ett visst innehåll, kopplat till ett ideal om blandade skolor, men i och med Lgr 11 blev den svenska skolan mer mål- och resultatstyrd, vilket Englund menar reducerar lärarprofessionen till ”kontrollerande verkställare på löpande band, där de studerande ska inhämta förutbestämda kunskaper inom förutbestämda perspektiv”.⁴³

Det som beskrivs ovan är närmast motsatsen till de ideal om lärande som social och delad aktivitet som brukar kopplas samman med bildning som term för kvalificerad, reflekterad och omdömesgill kunskap. Plattformiseringen av skolan kan också medföra att skolans värdesystem förskjuts från deliberativa och gemenskapande undervisningspraktiker och ideal om jämlikhet som grund för medborgarskap, baserat på deltagande och arbete i grupp, till ett personaliserat och automatiserat lärande med lärplattformar och datafiering som nav. På sikt kan detta komma att omfatta även ”mjukare frågor” som den allmänna skolan ansvarar för, som kommunikation och mediekunnsighet, vilket tillhör fostran av framtidens medborgare.⁴⁴

Enligt Biesta bör skolan inte bara lära ut och informera om demokrati i form av instrumentella processer (information, fakta, givna ideal), den måste också omfatta en demokratisk medvetenhet som byggs upp genom att erfarenhet och aktiviteter delas och utformas i gemensam handling. Skolan är enligt Biesta en nyckel i utvecklandet av denna typ av demokratisk handlingsberedskap och omdöme; därför ska inte skolan reduceras till det som går att uttrycka i mätbara resultat styrda av förutsägbarhet. Skolan bör heller inte låta sig stressas av framtidsbeskrivningar som levereras av externa intressen som drivs av andra

43 Englund (2012:29)

44 Jfr. Englund (2012)

logiker än de som lägger grunden för det allmänna skolväsendet. Enligt Biesta har den allmänna skolan tre sammanflätade grunduppgifter i relation till eleverna, samhället och framtiden.⁴⁵ Skolan ska *kvalificera* eleverna så att de har med sig vad som krävs för att överleva och fungera som arbetskraft och medborgare. Den ska *socialisera* eleverna så att de internaliserar, och inkluderas och fungerar, inom ramen för samhällets grundläggande sociala, kulturella och politiska ordningar, på ett sätt som gör att dessa både upprätthålls och utgör grunden för ett ständigt utvecklande av samhället. Den tredje uppdraget benämner Biesta *subjektivering*. Här handlar det om att eleven genom sin närvaro och tid tillsammans med andra i skolan har möjlighet att utveckla sin egenart som självständigt handlande och kritiskt tänkande individ.

Biesta är inte inriktad på digitalisering utan diskuterar skolan mer generellt, medan den australiensiske skolforskaren Neil Selwyn, som ofta refererar till Biesta, har fokus på just skolans digitalisering. Selwyn menar att all ny undervisningsteknologi borde konfronteras med frågan: Vilka problem ska denna teknik lösa, och på vilka sätt är den bra ur ett socialt och samhälleligt perspektiv?⁴⁶ Lärplattformar, lärappar, lärplattor och så vidare främjar vissa färdigheter och kunskapsformer men kan vara ineffektiva eller till och med kontraproduktiva i andra avseenden, exempelvis i utvecklandet av självständigt handlande och autonomt och kritiskt tänkande medborgare.⁴⁷

PLATTFORMEN SOM LOGISTISKT MEDIUM OCH MEDIALISERINGSINDIKATOR

LÄRPLATTFORMEN ÄR EN *plats* för kommunikation och lärande. Den är ett verktyg som används i synkrona och asynkrona processer och den omfattar olika modaliteter och representationsformer. I den meningen

45 Biesta (2006)

46 Selwyn (2016)

47 Jfr Sjärdén (2015)

kan lärplattformen förstås utifrån ett traditionellt mediumbegrepp då den fungerar som en kanal och form för utbyte av meddelanden och skapande av mening. Lärplattformen kan även förstås som ett *logistiskt medium* som organiserar, orienterar, och arrangerar egendom och människor i tid och rum.⁴⁸ Logistiska medier omfattar inte bara platser och materialiteter som är kopplade till system för transport och organisation av gods och mänskliga kroppar, som containerhamnar eller flygplatser – de kan även omfatta hanteringen av digitala signaler som genererar data för prognoser och planering.⁴⁹ Detta stämmer med lärplattformar som samlar data som skapar underlag för förutsägelser och lägger grunden för kommunikation mellan lärare, elever, föräldrar och skoladministration. Faktum är att lärplattformar tillhandahåller en rad spatiala (och temporala) funktioner som scheman och lektionsplaneringsverktyg och att det går att skapa klasser och grupper i virtuella klassrum. Lärplattformar och andra logistiska medier kan också ses som den infrastruktur som gör kommunikation och lärande möjlig. Med andra ord föregår mediet innehåll, eller om man så vill, mediet blir budskapet, vilket gör plattformsteknologi och plattformslogiken normerande för kommunikation i skolan och därmed för lärandet.

Givet detta är det rimligt att koppla skolans plattformisering till mer övergripande resonemang om medialisering. Denna term avser hur mediernas institutioner, teknologier och logiker inverkar (alltmer) på mänsklig kommunikation. Medialisering är en meta-historisk kraft som har jämförts med och kan sättas i relation till andra historiska meta-processer: globalisering, urbanisering, kommersialisering, individualisering. I likhet med dessa är medialisering en ”danande kraft” i moderniteten; den sträcker sig över tid, och flätar samman vardagslivet olika delar och samhällets institutioner genom mediernas institutioner, teknologier och logiker, på ett sätt som påverkar i stort sett allt vi gör, tänker och är.⁵⁰ Det ter sig som att medier är överallt, att allting är medi-

48 Durham Peters (2015:37)

49 Rossiter (2016)

50 Couldry & Hepp (2016), Hepp & Krotz (2014), Hepp (2013), Hjarvard (2013), Krotz (2009)

erat, och att medier inte bara förlänger våra kroppar utan även har blivit vår livsluft.⁵¹

Då det gäller skolans medialisering så drivs medialiseringen både uppifrån och nerifrån. Exempel på styrning uppifrån är att lärplattformar etableras i samverkan mellan skolor, kommuner, företag och att tillägg kring digital kompetens görs i läroplanen. Exempel på styrning nerifrån är krav från lärare, elever och föräldrar på att skolan ska anpassas till dagens digitala kultur och de erfarenheter barnen har med sig från sitt liv utanför skolan. Att lärare ofta oreflekterat använder Wikipedia, Youtube, Skype, Google eller refererar till aktuell populärkultur och löpande förhandlar kring regler och användningssätt då det gäller elevernas personliga medier (mobiltelefoner och laptops) är andra exempel på medialiseringsprocesser underifrån. Förändringarna sker snabbt men samtidigt är det viktigt att komma ihåg att skolan är och har alltid varit ett *medierum*.⁵² Helt enkelt beroende på att all undervisning, lärande, administration och ledarskap i skolan förutsätter någon form av medierande tekniker som möjliggör spatial och temporal lagring och spridning och organisering av kunskap.⁵³ Inom ramen för detta har alla skolämnen utvecklat sina respektive medieekologier, och traditioner och normer för vad som uppfattas vara legitima undervisningsmedier, användningssätt och medieinnehåll.⁵⁴ Till skolans och klassrummets mer generella "medierepertoar" kan vi räkna böcker eller andra skriftliga material, pennor och papper, svarta och vita tavlor, planscher och bilder, bibliotek, pekskärmar, projektorer, lärplattformar, 3D-skrivare, smarta mobiler, lärplattformar, och snart nog sociala robotar eller andra former av intelligenta mjukvaruagenter.⁵⁵ Med andra ord är skolans medialisering inte bara att betrakta som överbyggnad, det är en grundläggande infrastruktur i hela verksamheten.

51 Deuze (2012)

52 "Media space", jfr. Couldry & McCarthy (2004)

53 Breiter (2014)

54 Erixon (2014)

55 Serholt (2017)

DIGITAL KOMPETENS SOM FRAMTIDSPROJEKTION I LÄROPLANEN

I LINJE MED vad som hittills tagits upp ovan kan plattformiseringen av skolan ses som en del i en historisk metaprocess där plattformsteknologi, plattformsföretag och plattformslagik integreras i kunskapens formande och fostrandet av framtidens arbetskraft, medborgare och individer. Detta ger avtryck i begreppsbildning och de ideologier som omger tänkandet kring framtidens lärande och samhälle. Ett begrepp som är viktigt i den nu pågående processen är *digital kompetens* som nyligen knöts till läroplanen (Lgr 11) och därmed blev ett ledord, ibland ett mantra, inom skolbranschen. Begreppet, som ger mening och legitimitet till tekniska, pedagogiska och politiska förändringar som delvis redan hade skett *innan* tilläggen gjordes, kan te sig som en abstraktion, som ligger långt från skolans vardag, men samtidigt hjälper det oss att förstå, organisera och konstruera världen och verkligheten, då det kondenserar komplicerade förändringsprocesser.⁵⁶ Detta gör begrepp som digital kompetens omistliga inom policy och politisk styrning, eftersom de producerar vetande och därmed subjektformer inom olika disciplinerings- och övervakningssystem.⁵⁷ Den tyske historikern Reinhard Koselleck⁵⁸ anlägger ett historiserande perspektiv på begrepp som formar vår förståelse av tid och historisk förändring. Koselleck menar att vissa begrepp har blivit ofrånkomliga i det modernas självförståelse genom att härbergera erfarenheter och förväntningar som kopplar historiskt medvetande till en progressiv tidsförståelse som har varit styrande för det moderna som framstegsepok. Ett exempel på ett sådant begrepp är ”revolution”.

Också begreppet ”digitalisering” betecknar en omställning, som dels är teknisk (från analog till digital) men också samhällelig (transformationer i samhälle och vardag). Begreppet ”kompetens” präglas också av framåtblick, eftersom det pekar mot individens anpassning av sina

56 Berenskoetter (2017)

57 Jfr Foucault (1969/2002)

58 Koselleck (2002, 2004)

värdegrund och övergripande och i kursplanerna. I portalavsnittet ”Skolans uppdrag” sammanfattas satsningen på följande sätt.

SKOLAN SKA BIDRA till att eleverna utvecklar förståelse för hur digitaliseringen påverkar individen och samhällets utveckling. Alla elever ska ges möjlighet att utveckla sin förmåga att använda digital teknik. De ska även ges möjlighet att utveckla ett kritiskt och ansvarsfullt förhållningssätt till digital teknik, för att kunna se möjligheter och förstå risker samt kunna värdera information. Utbildningen ska därigenom ge eleverna förutsättningar att utveckla digital kompetens och ett förhållningssätt som främjar entreprenörskap.⁶⁷

Det mest uppmärksammade konkreta tillägget torde vara att programmering läggs in i läroplanen, både som kursinnehåll i matematik och teknik för högstadiet och gymnasiet, och i form av mer allmänt datalogiskt tänkande inom olika ämnen och för olika åldersstadier, vilket även inkluderar källkritik och kritisk förståelse av algoritmer.⁶⁸

I och med tilläggen i Lgr 11 ökar kraven på att det ska finnas digitala verktyg (datorer, appar, 3D-skrivare med mera) digitala medier (lärplattformar) och digitala system och digitaliserade undervisningsformer i skolor i Sverige. Annars är revisionen av läroplanen främst idéburen och målstyrd, och digital kompetens beskrivs i fyra övergripande punkter.

ELEVERNA SKA KUNNA lösa problem och omsätta idéer i handling på ett kreativt sätt med användning av digital teknik. De ska arbeta med digitala texter, medier och verktyg. Eleverna ska använda och förstå digitala system och tjänster. De ska utveckla en förståelse för digitaliseringens påverkan på individ och samhälle.⁶⁹

67 Regeringskansliet 2017b: 9.

68 Utöver tilläggen i läroplanerna föreslår Skolverket att digitaliseringen ska förstärkas genom fortbildning av lärare och rektorer, statligt stöd för att ge likvärdiga digitala förutsättningar till alla elever, samt evidensbaserad forskning för att följa upp satsningar på att jobba mer digitalt i skolan.

69 Skolverket (2017)

En läroplan anger vilken kunskap som samhället vid en viss tidpunkt anser vara den viktigaste att ha med sig i mötet med framtiden, den styr också överföringen av samhällets centrala värden till ”nästa generation”.⁷⁰ Läroplanen och de begrepp som den är knuten till är, liksom strukturuomvandlingar och teknologiska skiften, av betydelse för hur teknisk och social förändring föreställs, vilket påverkar skolans ”citizen-making enterprise”.⁷¹ I ett djupt medialiserat samhälle, med en växande plattformsekonomi, blir det skolans uppgift att fostra ”goda medieborgare” i förhållande till de medieinstitutioner, medieteknologier och medielogiker som präglar samtidens framtidsbilder. Hit hör plattformarna.

SLUTSATS

Medieborgaren som prosument i plattformssamhället

MED UTGÅNGSPUNKT I samhällets medialisering och skolans plattformisering har jag i denna artikel diskuterat lärplattformar som logistiskt medium och knutit dem till samtida tendenser i det teknologiska och pedagogiska forlandet av framtidens (medie)medborgare. Tesen är att skolan socialiserar eleverna till kuggar i mediasamhället. Detta synsätt skiljer sig från det traditionella sättet att se på relationen mellan skola och mediasamhällets normerande kraft.⁷² Tidigare har det handlat om att skolan ska skydda (protect) och bemyndiga (empower) *ansvarstagande medborgare* (“the dutiful citizen”) och *granskande medborgare* (“the monitorial citizen”) på ett rationellt och kritiskt sätt i förhållande till nyheter, information och underhållning.⁷³ Nu öppnas skolan för

70 Englund (2012), Pinar (2012)

71 Jfr. Wan (2014)

72 Jfr. Postman (1998)

73 Schudson (1998)

plattformssamhället, deltagande medier och sociala medier. I och med detta förändras föreställningen om ”den goda mediemedborgaren”. Följaktligen kan vi inom internationell medieforskning hitta flera försök att komma fram med nya begrepp som bättre kan fånga den förändrade relationen mellan medborgare och mediesamhälle: *self-actualizing citizenship*,⁷⁴ *creative citizenship*,⁷⁵ *DIY citizenship*,⁷⁶ *sentient citizenship*⁷⁷, *silly citizenship*.⁷⁸

För mig är begreppet *prosument*⁷⁹ träffande i förhållande till skolans plattformisering, vår tids deltagande medier, och betoningen på digital kompetens. Prosumenten är en aktiv och medveten konsument, men också en producent som verkar inom medie- och kunskapssamhällets infrastruktur.⁸⁰ Genom att producera, konsumera, och dela data bidrar prosumenten till plattformsekonomin.⁸¹ Via lärplattformar, dataifiering, personalisering, lärandeanalytik, med nära band till plattformsgiganterna, fostrar skolan eleverna till ”free labor”⁸² inom plattformsekonomi, i och med att skolan vänjer dem vid att kommunicera, skapa innehåll och producera metadata på plattformar.

Bakom begrepp som digital kompetens och i den dominerande retoriken kring skolans digitalisering finner vi en socioteknisk framtidsföreställning som presenterar plattformar och delade data som digital kompetens och centrala komponenter i en föredragen framtid. I sämsta fall kan denna ”kronologiska imperialism”⁸³ begränsa ungas möjlighet att föreställa sig andra möjliga framtider, alternativa användningssätt av befintlig

74 Bennett (2008)

75 Hartley (2016)

76 Ratto & Boler (2014)

77 Williamson (2017)

78 Hartley (2010)

79 Toffler (1980)

80 Medieutredningen (SOU 2015:94:150f) är också inne på prosument-begreppet i sin förståelse av ”det nya mediesamhället” men talar då om ”medieborgare”. Jag föredrar och förordar begreppet mediemedborgare framför medieborgare som kan leda associationerna till klassamhälle, eller till 1960-talets ungdomsuppror mot ”borgarna”.

81 Jfr. Mosco (2016)

82 Williamson (2017)

83 Facer (2012:98)

infrastruktur, och fler vägar till social förändring. Detta gör att plattformiseringen och skolans digitalisering bör mötas med utvidgade former av mediekunnighet (media literacy). I förhållande till plattformiseringen och annat som sker i vår tid borde mediekunnighet inte begränsas till handla om att granska olika mediala representationsformer eller förståelse av användningsmönster som är förknippade med livet utanför skolan (populärkultur, sociala medier och så vidare). Det behövs kritiska resonemang om datafiering och algoritmisk makt, som även omfattar de medier som används i skolan och i undervisningssyfte. Att närma sig skolans medialisering och plattformisering på detta sätt ter sig inte minst viktigt för landets lärarutbildningar. ■



REFERENSER

-
- Bennett, L. (2008). *Changing citizenship in the digital age*. *Civic Life Online*. Cambridge: MIT Press.
-
- Berenskoetter, F. (2017). Approaches to concept analysis. *Millennium. Journal of international studies*, 45(2): 151–173.
-
- Biesta, G. (2006). *Bortom lärandet. Demokratisk utbildning för en mänsklig framtid*. Lund: Studentlitteratur.
-
- Biesta, G. (2011). *God utbildning i mätningens tidevarv*. Stockholm: Liber.
-
- Breiter, A. (2014). Schools as mediatize worlds from a cross-cultural perspective. In Hepp, A., Krotz, F. (Eds.). *Mediatized worlds: culture and society in a media age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
-
- Breiter, A. (2006). Data for School Improvement: Factors for designing effective information systems to support decision-making in schools. *Educational Technology & Society*9(3): 206–217.
-
- Breiter, A., Hepp, A. (2018). The complexity of datafication: putting digital traces in context. I Hepp, Andreas., Breiter, Andreas. & Hasebrink, Uwe. (red.). *Communicative Figurations Transforming Communications in Times of Deep Mediatization*. Cham: Springer International Publishing.
-
- Coates, H., James, R. & Baldwin, G. (2005). A Critical Examination of the Effects of Learning Management Systems on University Teaching and Learning. *Tertiary Education and Management*, 11(1): 19–36.
-
- Couldry, N., McCarthy, A. (2004). *Mediaspace: place, scale and culture in a media age*. London & New York: Taylor & Francis.
-
- Couldry, N., Hepp, A. (2016). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity.
-
- van Dijck, J., Poell, T., de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connected world*. Oxford: Oxford University Press.
-
- Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity.
-
- Durham Peters, J. (2015). *The marvelous clouds: toward a philosophy of elemental media*. Chicago: the University of Chicago Press.
-
- Englund, T. (2012). Utbildningspolitisk monopolism. Nya utmaningar för läroplansteorin. I: Englund, T, Forsberg, E., Sundberg, D. (red.). *Vad räknas som kunskap? Läroplansteoretiska utsikter och inblickar i lärutbildning och skola*. Stockholm: Liber.
-
- Erixon, Per-Olov (2014) (red.). *Skolämnen i digital förändring*, Lund: Studentlitteratur.
-
- Facer, K. (2012). Taking the 21th century seriously. Young people, education and socio-technical futures. *Oxford Review of Education*, 38(1): 97–113.
-
- Foucault, M. (1969/2002). *The archeology of knowledge and the discourse on language*. London: Routledge.
-
- Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society* 12(3): s. 347–364.
-
- Hartley, J. (2010). Silly citizenship. *Critical Discourse Studies*, 7(4): 233–248.
-
- Hartley, J. (red.) (2016). *Creative citizen unbound. How social media and DIY culture contribute to democracy, communities and creative economy*. Cambridge: Policy Press.
-



Schudson, M. (1998). *The Good Citizen. A History of American Civic Life*. New York: Free Press.

Selwyn, N. (2016). *Is technology good for education?* Cambridge: Polity.

Selwyn, N., Facer, K. (2013). Introduction: the need for a politics of education and technology. I: Selwyn, N., Facer, K. (red.). *The politics of education and technology. Conflicts, Controversies, and Connections*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1–20.

Serholt, S. (2017). *Child-robot interaction in education*. Göteborg: Department of Applied Information Technology, University of Gothenburg.

Sjödén B. (2015). *What makes good educational software?*, Lund: Cognitive Studies, Department of Philosophy.

Skolverket (2016). *IT-användning och IT-kompetens i skolan*. Skolverkets IT-uppföljning 2015. Rapport 2016-03-23. Dokumentdatum: 2016-03-23. Diarienummer: 2015:00067.

Skolverket (2017). *Få syn på digitaliseringen på grundskolenivå. Ett kommentar-material till läroplanerna för förskoleklass, fritidshem och grundskoleutbildning*. Stockholm: Skolverket.

SOU 2014:13 (2014). *En digital agenda i människans tjänst. En ljusnande framtid kan bli vår: delbetänkande* (Digitaliseringskommissionen). Stockholm: Fritzes.

SOU 2015:94 (2015). *Medieborgarna & medierna En digital värld av rättigheter, skyldigheter – möjligheter och ansvar*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.

Toffler, A. (1980). *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York: Bantam.

Vovides, S., Sanchez-Alonzo, S., Mitropoulou, V. & Nickmans, G. (2007). The use of e-Learning course strategies and to improve self-regulated learning. *Education Research Review*, 2: 64–74.

Wan, A. (2014). *Producing good citizens. Literacy training in anxious times*. Pittsburgh: Pittsburgh Press.

Watson, W. R., & Lee Watson, S. (2007). An Argument for Clarity: What are Learning Management Systems, What are They Not, What Should They Become? *Tech Trends*, 51(2): 28–34.

Watson, W. R., Lee, S., & Reigeluth, C. M. (2007). Learning Management Systems: An overview and roadmap of the systemic application of computers to education. I: F. M. M. Neto & F. V. Brasileiro (red.). *Advances in computer-supported learning*. London: Information Science Publishing, 66–96.

Williamson, B. (2013). *The future of the curriculum. School knowledge in the digital age*. Cambridge, MA: MIT Press.

Williamson, B. (2017). *Big data in education. The digital future of learning, policy and practice*. London: Sage



PLATTFORMS- SAMHÄLLET I KINA

—

—

—

—

—

—

—

ETT ÖVERVAKNINGS- SAMHÄLLE I ETT EGET EKOSYSTEM

—

—

—

MARINA SVENSSON är kinaexpert, professor och föreståndare för Centrum för Öst- och Sydöstasienstudier vid Lunds universitet. Hennes forskning är inriktad mot det digitala Kina, det kinesiska kulturarvet, mänskliga rättigheter och Kinas mediaekologi. I denna antologi skriver hon om Kinas digitala utveckling och planerna på ett socialt kreditssystem.

vänner och kollegor, idka socialt umgänge, ägna sig åt nöjen och spel, handla, samt bedriva affärer och genomföra finansiella transaktioner.

Detta kapitel ger en översikt över utvecklingen av IKT och det kinesiska plattformssamhällets speciella karaktär. Vilka plattformar finns, och hur används de? På vilket sätt skiljer sig det kinesiska övervakningssamhället från det i Sverige? Hur använder sig de kinesiska myndigheterna av ny teknologi som big data och artificiell intelligens i övervaknings-syfte? Vilka utmaningar står den kinesiska regimen inför när det gäller att kontrollera utvecklingen av IKT, samtidigt som man vill dra fördelar av ny teknologi? För att illustrera det kinesiska plattformssamhällets uppbyggnad och utveckling fokuserar kapitlet speciellt på super-appen WeChat som har utvecklats till en framgångsrik och alltomfattande plattform, och e-handelsföretaget Alibaba som idag omfattar e-betalningstjänster, spel, och andra produkter. Dessutom diskuteras de kommersiella och statliga sociala kreditsystem som bygger på data från både företag och myndigheter. Den kinesiska staten har långtgående ambitioner och planer på att använda sig av kommersiella plattformar, myndighetsregister och big data för att koppla ihop och bedöma individers kreditvärdighet och sociala och politiska agerande, vilket har stora konsekvenser för den personliga integriteten och välfärden.

INTERNETUTVECKLINGEN I KINA

KINA ÄR EN växande och framgångsrik digital stormakt. Av världens tio största internetföretag är tre kinesiska: Baidu, Alibaba, och Tencent, också kända som BAT.⁴ Landet är även en allt viktigare aktör i olika internationella institutioner och sammanhang samtidigt som det utgör en lockande marknad för utländska företag inom IKT-branschen. Utvecklingen i Kina har varit fenomenal sedan internet introducerades i landet 1994. Landet är idag ett av de mest digitalt uppkopplade

4 Jia och Winseck (2018), McKinsey Global Institute (2017).

i närheten av länder som Sydkorea och Japan där över 95 procent har tillgång till internet. I Indien hade exempelvis endast 20 procent av hushållen internettillgång 2016.⁸ Framgångsrika inhemska företag har utvecklat tjänster och plattformar anpassade efter dessa länders kulturella och sociala normer och sätt att kommunicera. Dessa inhemska plattformar fick tidigt stor spridning medan globala företag som Facebook och andra initialt hade det svårt att slå sig in i på marknaden i Sydkorea och Japan. Asiatiska företag som KakaoTalk, LINE, Mixi, Qzone, Sina Weibo och Wechat må vara okända bland svenska användare men de har flera hundra miljoner användare, och är i en del fall till och med större än de multinationella företagen. Sina Weibo har uppskattningsvis 360 miljoner dagliga användare – fler än Twitter – medan WeChat med runt en miljard användare globalt är världens femte största sociala medieplattform.⁹

I Kina har kulturella skillnader också varit viktiga för utvecklingen av anpassade tjänster och plattformar men här har censur och politisk kontroll varit avgörande då de inhemska företagen varit förskonade från internationell konkurrens och samtidigt hårt kontrollerade av staten. Den kinesiska staten har satsat stort på att skapa ett informationssamhälle genom att bygga ut bredband, stödja företag och startups inom IKT-sektorn, och uppmuntra myndigheter, skolor, och andra institutioner att utveckla sin kompetens och användning av IKT inom olika områden. Samtidigt ser kommunistpartiet internet som ett "ideologiskt slagfält" där det gäller att kontrollera och styra vad som sägs och säkerställa partiets dominans.¹⁰ Den kinesiska regimen har dock en svår balansgång att gå mellan att å ena sidan utnyttja IKT:s potential för ekonomisk tillväxt och mer effektiv statlig förvaltning, och å andra sidan förhindra regimkritiska röster och ett icke-önskat informationsflöde från omvärlden som skulle utmana kommunistpartiets maktmonopol.

8 ITU (2017)

9 Yang (2018)

10 Svensson (2014), Creemers (2017)

DET KINESISKA PLATTFORMSSAMHÄLLET

NÄR MAN TALAR om det kinesiska plattformssamhället bör man hålla i minnet att globala företag som Facebook, YouTube, Twitter, Instagram och Snapchat är blockerade i landet.¹¹ Det har skett gradvis sedan 2008 då myndigheterna blivit alltmer medvetna om hur sociala medier kan användas för informationsspridning, kritik och protester. En viktig vändpunkt var användningen av sociala medier 2009 för att sprida information om upploppen i Xinjiang vilket ledde till att till exempel Twitter och Facebook blockerades. Myndigheterna följer utvecklingen av nya produkter och deras användning mycket noga. När Instagram användes flitigt av deltagarna i den så kallade paraplyrörelsen i Hong Kong 2014 började man även blockera denna plattform i Kina. Idag kan man i Kina endast få tillgång till dessa internationella plattformar om man använder sig av så kallade virtual private networks (VPN), en teknologi för virtuella privata nätverkstunnlar, men även dessa tjänster har blivit allt mindre tillförlitliga då myndigheterna börjat reglera denna marknad samt uppgraderat den statliga filtreringen av internet. ”Den stora kinesiska brandväggen” (”Great Firewall”) är ett begrepp som används för att beteckna den kinesiska regeringens reglering av Internet i landet.

Det faktum att kinesiska medborgare inte har tillgång till internationella plattformar har lett till framväxten av en rad inhemska produkter, tjänster och plattformar. Det är främst privata företag som utvecklat dessa produkter och de sågs till en början som ”copycats”, men företagen har visat sig vara mycket innovativa och teknologiskt nyskapande.¹² Idag ses till exempel WeChat av utländska bedömare som en föregångare på många områden. Det finns både Facebook-liknande sociala medier som exempelvis Renren och Kaixin, plattformar för streamad video och användarskapat innehåll som Yukou och Tudou, och en rad Twitterliknande mikroblogger som Sina Weibo. Stora företag som

11 Freedom House (2017)

12 Tse (2015)

Tencent och Sina har varit framgångsrika och lanserat rader av olika internetjänster. Liksom i resten av världen har vi också de senaste åren i Kina sett framväxten av plattformar som integrerat en rad tjänster inom en och samma infrastruktur, diversifierat och etablerat sig inom nya områden och ofta även fungerar som marknadsplatser på vilka man kan nå flera externa företag och tjänster. Dessa plattformar har blivit allt viktigare för många människor, organisationer och myndigheter, och idag har många svårt att till exempel klara sig utan WeChat i sitt dagliga liv och arbete.¹³

Sina Weibo var det mest populära av alla sociala medier i Kina under åren 2010–2013 då myndigheterna började oroa sig alltmer över dess popularitet och användning.¹⁴ Siffrorna varierar, men uppskattningsvis har Sina Weibo idag runt 360 miljoner dagliga användare. Weibo fungerar ungefär som Twitter men plattformen har från börjat varit mer visuell och interaktiv. Liksom på andra håll i världen så var de tidigaste användarna av mikroblogger i Kina personer som i sina yrken var beroende av snabb information och av att synas. Det rörde sig om människor som själva var opinionsbildare inom olika områden, och dessutom ofta hade ett stort behov av att odla sina kontaktnätverk. Det förklarar varför grupper som journalister, advokater, aktivister och även akademiker tillhörde de som snabbast anammade den nya teknologin. Då traditionella medier är hårt kontrollerade och därför har låg trovärdighet kom Weibo att bli en viktig källa till information och nyheter, samtidigt som det också fanns ett uppdämt behov av ett forum för diskussioner, debatter och nätverkande. Många frågor som miljöproblem, sociala orättvisor och korruption diskuterades på Weibo och tvingade i några fall myndigheterna att agera. Men denna aktiva och publika plattform skapade också stark oro hos regimen vilket 2013 ledde till nya direktiv och metoder för censur och kontroll. Några av de mest populära och kritiska bloggarna fick sina konton avstängda eller skrämdes till tystnad och började idka självcensur. Samtidigt kom många istället att

13 Chen, Mao & Qiu (2018).

14 Svensson (2014)

kopplar upp sig för läkartjänster kan myndigheterna även få information om sjukdomshistoria med mera.¹⁷ Denna information är förstås en guldgruva för att hålla koll på aktivister och ett av grund fundamenten för planerna på det sociala kreditssystemet.¹⁸

Förutom WePay (utvecklat av WeChat) finns även andra digitala betalningstjänster som till exempel AliPay som utvecklats av internetjätten Alibaba som också äger Taobao (motsvarigheten till eBay). Alibaba är världens största e-handelsföretag och har genom att integrera olika tjänster som e-handel, e-betalning och e-krediter, samt genom sin diversifiering och verksamhet inom spel och videodelningstjänster, blivit en plattform som integrerar olika typer av aktiviteter och tjänster och därmed även generar stora mängder data. Enligt företaget är dess mission att ”...allow those who have fun shopping at Alibaba to truly live at Alibaba...So in addition to shopping, we would like them to spend more time watching videos with us, getting information from us and listening to music with us, to come and game with us, among many other things”.¹⁹ WeChat har liknande ambitioner att se till att deras användare inte lämnar appen och att den blir ett ”sätt att leva.” Även om Tencent och Alibaba har sina största marknader i Kina och därmed kontrolleras av den kinesiska staten har de också globala ambitioner och har slagit sig in på utländska marknader. Det som kanske är mest tankeväckande är att de är mycket transnationella till sin karaktär, om vi ser till investeringar och ägandeförhållanden. 2015 ägde till exempel japanska Softbank 32 procent och Yahoo 15,4 procent av Alibaba.²⁰

17 Chen, Mao & Qiu (2018)

18 Citizen Lab (2017)

19 Citerad i Brennan (2017)

20 Jia & Winseck (2018)

övertrampen. Trycket på internetföretagen har sedan 2013 hårdnat och nya regler, som till exempel registrering med id-kort, och olika former av disciplinåtgärder har utarbetats. Företagen riskerar också att själva få böter, stängas ned, eller utsättas för andra former av bestraffningar. Censuren kan dock ofta framstå som väldigt godtycklig och *ad hoc*-mässig. Den är hårdare under speciellt känsliga perioder som partikongresser och andra viktiga politiska möten, och den kan också variera mellan olika regioner i landet och vara hårdare i områden som till exempel Xinjiang där det finns stora religiösa och etniska spänningar. Staten förutsätter också att medborgarna själva vet var gränsen går och att de idkar självcensur. Censuren kan dock kringgås på många olika sätt. Ett sätt är som sagt att införskaffa digital teknologi, till exempel VPN, som gör att man kan ta sig förbi ”muren” och koppla upp sig mot utländska servrar och läsa och skriva på hemsidor som den kinesiska staten inte kontrollerar. Ett annat sätt har varit humor och satir som lett till utvecklingen av olika *memes* och nya ord som inte censuren omedelbart genomskådar, liksom användningen av bilder och satiriska teckningar. Med sociala medier så har censuren blivit allt mer uppenbar och drabbar fler personer.

Forskning har visat att den kinesiska staten är mer benägen att se mellan fingrarna när det gäller individuella och isolerade klagomål om missförhållanden och kritik mot enskilda lägre tjänstemän, men att censuren och nedslagen är hårdare mot de personer som diskuterar eller förbereder kollektiva protester som involverar större grupper och omfattar flera regioner.²³ Detta är inte förvånande eftersom större protester och mobilisering av olika grupper kring bredare frågor alltid setts som det största hotet mot kommunistpartiet. Men under president Xi Jinping har även nedslagen mot verbal kritik blivit hårdare och lett till fängslanden.²⁴ Det som talar emot att IKT verkligen kan förändra Kina är inte bara den starka statsmakten, censuren, och de nya teknologiska landvinningar som stärker övervakningssamhället, utan också att kinesiska

23 King m.fl. (2013)

24 Freedom House (2017), PEN (2018)

medborgare, liksom i resten av världen, ofta umgås och nätverkar med de som tycker likadant som man själv samt ofta fokuserar på privata, lokala och isolerade frågor. Vi ser till exempel framväxten av icke-ideologisk lokal vardagsaktivism, så kallade ”inte på min bakgård”-rörelser, där framförallt medelklassen går samman för att till exempel få bort miljöfarliga företag eller sopstationer från sitt närområde.

DET DIGITALA ÖVERVAKNINGSSAMHÄLLET: BIG DATA, SOCIALA KREDITER OCH ANSIKTSIGENKÄNNANDE TEKNOLOGI

KINESISKA MEDBORGARE UTTRYCKER sina åsikter både i privat korrespondens på WeChat och på mer offentliga plattformar, forum och mikrobloggar som Sina Weibo, men även på plattformar som myndigheterna utvecklat för att få in synpunkter i olika frågor. Myndigheterna kan tack vare de nya möjligheterna som big data innebär bättre bevaka enskilda individer och avläsa de kollektiva stämningarna i landet. Speciella företag har därför växt fram som har till uppgift att samla in data som regimen sedan använder för att hålla koll på enskilda individer och stävja missnöje och protester i sin linda.²⁵ Användningen av big data öppnar alltså upp nya möjligheter för säkerhetspolisen och andra myndigheter att analysera och bearbeta stora mängder information som hjälper till att skapa ett mer effektivt övervakningssamhälle. Big data är även lukrativt för företag som får en bättre förståelse för konsumenternas intressen, beteenden och behov som de kan möta med skräddarsydd reklam. Denna utveckling liknar i flera avseenden den i resten av världen – men i Kina är samarbetet mellan stat och företag mer politiskt och styrt av kommunistpartiets intresse av att förbli vid makten. Det nära samarbetet och de långtgående konsekvenserna av det digitala övervakningssamhället kan bäst exemplifieras med det så kallade sociala kreditsystem som är under utveckling.

25 Hou (2017)

Kina påverkar den övriga världen, och vilka hot det utgör för den personliga integriteten hos andra än kinesiska medborgare. Man har till exempel i ny lagstiftning krävt att utländska företag verksamma i landet (exempelvis Apple) lägger data som rör kinesiska medborgare på molntjänster i Kina, vilket medför en allvarlig risk för att de kommer att göras tillgänglig för och kan användas av myndigheterna. Det faktum att många utländska användare, till exempel de som bedriver affärer i Kina, idag använder WeChat innebär att även de är utsatta för censur och att deras personliga data också potentiellt kan samlas in av Tencent och de kinesiska myndigheterna. Samtidigt har man också sett flera försök från kinesiska myndigheters sida att kräva att utländska plattformar tar bort kinesiska kritiker, samt rentav exempel på att man hackat sig in i eller infiltrerat krypterade chattar som WhatsApp.³⁴ Med större användning av kinesiska plattformar och produkter utomlands och av utländska affärsmän i Kina, desto mer integrerade blir även utländska medborgare i det kinesiska övervakningssamhället. Kinesiska företag är även verksamma med att köpa upp utländska företag och med att utveckla olika tjänster. 2017 köpte till exempel en kinesisk spelutvecklare Grindr, en datingapp som används av homosexuella, vilket ledde till oro för att känslig data nu skulle hamna i Kina.³⁵ Nyligen avslöjades att en kinesisk app som används för att hyra cyklar i Uppsala och Stockholm också samlar in en mängd olika data kring etnicitet och religiös tillhörighet.³⁶

Den senaste tidens utveckling är oroande på många plan och därför är det viktigt att man även i diskussioner kring plattformssamhället i en svensk kontext riktar blicken österut. Det finns viktiga frågor som bör lyftas i en europeisk kontext när det gäller samarbete kring forskning om och tillämpningen av ny teknologi som artificiell intelligens. Det gäller även etiska frågor kring användningen av olika produkter och tillämpningen av den nya dataskyddsförordningen. Utländska företag måste också få en större medvetenhet för hur deras produkter kan användas innan de ger sig in på den lukrativa kinesiska marknaden.

34 Mozur (2018)

35 Rogin (2017)

36 SVT (2018)



Tse, E. (2015). *China's disruptors: How Alibaba, Xiaomi, Tencent, and other companies are changing the rules of business*. New York: Portfolio/Penguin.

Yang, Y. (2018). China's WeChat hits 1bn user accounts worldwide. *Financial Times*, 5 mars. [HTTPS://WWW.FT.COM/CONTENT/8940F2D0-2059-11E8-A895-1BA1F72C2C11](https://www.ft.com/content/8940f2d0-2059-11e8-a895-1ba1f72c2c11)

DIGITAL POLITIK

—

—

—

—

—

—

—

—

—

PLATTFORMAR FÖR ENGAGEMANG

MEN OCKSÅ FÖR BEDRÄGLIGHET OCH OPPORTUNISM

ISOBEL HADLEY-KAMPTZ är författare, opinionsbildare och ordförande i Dataföreningen. Hon har de senaste tio åren skrivit mycket om internet, och var tidigare kommunikationsansvarig på Digitaliseringskommissionen. Hon har bland annat skrivit essäboken *Frihet och fruktan: Tankar om en ny liberalism* som handlar om de svårigheter liberalismen står inför i samtiden och framtiden.

Nej, det handlar inte om Reddit eller Donald Trump. Stycket är taget från en beskrivning av Weimarrepubliken¹ och den där accelererade stimuleringen handlar om radio, tv och den berlinska dekadens där allt, i den nyfödda demokratins namn, blev tillåtet.

Nu skall erkännas att jag inte tycker att det är en särskilt bra analogi för vår tid, men det är ändå underhållande hur likartat man kan beskriva problemen med det nya medieklimatet 1928 och 2018.

Det är både underhållande och allvarligt. I likhet med de flesta är jag trött på de samtidspolitiska analogierna med 30-talet. På många sätt påminner dagens situation nog egentligen mer om tiden innan första världskriget, men givet att 30-talet och i dag är de två perioder när högerextremism och högerpopulism tydligast ökat i världen kan det kanske vara värt att fundera över likheter också bortom det mest förenklade.

NIHILISM, PALEOLIBERTARIANISM OCH KONTRARIANISM

DET SOM PRIMÄRT ursprungligen definierat dagens nätburna politiska rörelser är inte radikalnationalism utan nihilism och en allmän känsla av att vara emot etablissemangen. Det är till exempel där jag tror att vi bör söka förklaringen till den till synes oväntat korta steget mellan nyliberalism och radikal nationalhöger: det handlar om personer vars primära identitet handlat om att vara ”emot”, att tycka tvärtom, och som inte sällan njutit en hel del av omgivningens, låt oss kalla det vuxenvärldens, förfasanden. I internets barndom handlade det kanske om att chocka med extremporr eller hacka epilepsiforum och lägga in bilder med blixtrande, potentiellt anfallsskapande, ljus. I dag kan det vara att obekymrat sprida nazipropaganda eller jaga folk med könsord och hatkampanjer på sociala medier.

1 Siegel (2016), författarens översättning

Om denna tonårslika kontrarianism är mer grundläggande i ens politiska varande än till exempel synen på individ kontra kollektiv eller på stat kontra marknad så blir det lättare att förstå hur så pass många enskilda personer så enkelt kan gå från behård individualism och tro på fria marknader till att plötsligt sätta nationen och ”kulturen” först av allt.

Det finns dessutom en politisk tradition att falla tillbaka på för nyliberal kulturkonservatism. I USA kallas rörelsen paleolibertarianism och har funnits sedan 1980-talet, med grundare som Lew Rockwell och Murray Rothbard. Grunden är en nyliberal inställning gentemot staten, att statens makt bör minimeras och ekonomin vara maximalt fri, kombinerat med en konservativ kultursyn med hyllningar till hierarkier, traditioner och grundtanken att medborgarna bör böja sig under klassiska patriarker (kyrkan, familjeöverhuvuden, företagsledare). Här finns också motstånd mot medborgerliga rättigheter: Rörelsen har haft tydliga rasistiska inslag och Rothbard pekade uttryckligen på Ku Klux Klans David Duke som en förebild. Den högerpopulism som ligger bakom Donald Trumps framgångar är i mycket en version av det paleolibertarianska projektet, även om själva presidenten möjligen har missat många av de libertarianska delarna.

Denna rörelse i sin tur har också långa historiska rötter tillbaka till grundandet av den amerikanska staten. Det kan kanske låta orimligt; USA är ju en stat som uttalat är byggd på frihet: *”We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness.”*

Självständighetsdeklarationen är både vacker och glasklar. Problemet är bara att det där inte gällde alla. Inte kvinnor förstås, men inte heller svarta slavar, vars underordning till och med skrevs in i själva konstitutionen – i den femte artikeln slogs fast att import av slavar inte fick förbjudas. Att äga och handla med slavar sågs alltså som en mänsklig,

du kränkt nu?”), men ändå är ingen motgång så liten att den inte förtjäder ett elakt svar.

En viktig aspekt här är dock att den där ständiga beredskapen för vredgade utfall inte alls alltid bör ses som särskilt äkta. Det ingår i strategin att alltid bemöta allting, på hårdast möjliga sätt. Backa aldrig, slå alltid hårdare, håll uppe trycket, som några punkter lyder ur vänsterradikalen Saul Alinskys *Rules For Radicals*,² en skrift som i dag har kanonstatus inom de högerradikala nätkretsarna.

Vi lever dock i en tid som allmänt lyfter fram känslan som den viktigaste riktlinjen. Minns den på sin tid nyskapande debattsajten Newsmill med sina frågor om vad användarna ”kände” inför texterna. Inte ”ansåg”, inte heller ens ”tyckte” alltså, utan ”kände”.

Man kan förstås säga att detta inte är något nytt, inte minst i relation till beskrivningar av Weimar-republiken eller andra historiska jämförelser. Den Habermasianska offentligheten har rätt sällan varit en realitet. Men den tekniska miljön där det här föds och sprids betyder något.

PLATTFORMARNAS BETYDELSE

OM VI SKA börja med Twitter, så är det sedan länge etablerat att plattformen har en väldigt stor extremhögernärvaro. Mer eller mindre öppna nazister har både spridit sitt eget budskap och i olika grad organiserat attackerat politiska motståndare. Till de senare hör av oklara skäl Svenska Institutets nu nedstängda pr-konto @sweden, där enskilda svenskar fick möjlighet att twittra en vecka i taget. I perioder var kontot närmast belägrat av nazister. Nazinärvaron på Twitter har varit så stark att det spridits tips bland användare om att byta land i sina twiterinställningar till Tyskland. Tyskland har nämligen förbud mot bland

2 Alinsky (1971)



annat nazistiska symboler, och Twitter döljer därför en del nazi-innehåll för tyska användare. Om man låtsas twittra från Tyskland slipper man därför en del av nazitwittret. Naziproblemet har också varit så framträdande att slagordet ”Ban the nazis” dominerade diskussionen om plattformen under stora delar av 2017. I december bestämde sig så slutligen Twitter för att stänga av användare och konton som med goda skäl kan antas ha anknytning till våldsbejakande organisationer: *”You also may not affiliate with organizations that — whether by their own statements or activity both on and off the platform — use or promote violence against civilians to further their causes.”*³ Det här ledde till att det amerikanska nazistpartiet och en del andra nazistorganisationer stängdes av, liksom den engelska extremhöger rörelsen Britain First. Fortfarande finns dock många nazister kvar, däribland verifierade användare som den amerikanske nationalsocialisten Richard Spencer.

Extremhögern på Twitter utgörs dock inte bara av partier eller välkända profiler. När man söker på termer som till exempel ”Kill jews” får man fortfarande upp användare med den frasen i namnet, även om det är färre än innan Twitters förändringar. En annan grupp är extremhögeranvändare som arbetar med tagna identiteter från politiska motståndare eller etniska minoriteter, så kallade *impersonator trolls*. Den judiske journalisten Yair Rosenberg, som bevakade Trumps valkampanj och därför personligen blev måltavla för drivor av antisemitiska påhopp från nätets alt right-kretsar, kom att intressera sig för just dessa. De jobbar så att de tar en bild från till exempel en jude med kippa eller en kvinna med hijab, hittar på namn och identitet åt dem, och utifrån det kontot, under den konstgjorda identiteten, därefter spyr ur sig hat och otidigheter i konversationer med stora, välkända twittrare. Syftet är att få folk att koppla ihop judar, muslimer, liberaler och så vidare med hat och bisarra åsikter. Det påminner om en grovkornig version av när SD-tjänstemannen och den ryske journalisten Egor Putilov under namnet ”Tobias Lagerfeldt” skrev en debattartikel i Aftonbladet om att papperslösa och asylsökande borde få rösträtt. Lagerfeldt presenterades

3 Twitter (2018)

som student och flyktingaktivist och syftet med texten tycktes vara att egga igång ilska mot ”flyktingaktivister” och deras påstått vansinniga åsikter.

Problemet på Twitter är att nästan ingen avslöjas, och att den lågin-
tensiva mattan av dylika budskap skapar utmattning. Många av den här
typen av inlägg förblir därför obemötta utan ifrågasättande diskussion
eller att människor nödvändigtvis tänker kritiskt om dem. Rosenberg
försökte därför ta fram ett tekniskt sätt att mota den här politiska tak-
tiken, och ihop med utvecklaren Neal Chandra skapade han *Imposter
Buster*, ett automatiserat Twitterkonto (en så kallad Twitterbot) som
med tillgång till en lista över fejkkonton grep in närhelst något av dessa
konton försökte sprida rasism i diskussioner. Syftet var att avslöja fejk-
karna och få andra twittrare att upptäcka vad fejkkontona egentligen
höll på med. Boten fungerade i så måtto att flera av fejkwittrarna stäng-
des av, medan andra bytte namn och blev öppna med sin nazism och
högerextremism i stället. Högerextrema på Twitter har dock massan-
mält *Imposter Buster* eftersom den förstås stör deras operationer, och
den blev senare avstängd av Twitter för att, som Twitter sade: ”A large
number of people have blocked you in response to high volumes of untarge-
ted, unsolicited, or duplicative content or engagements from your account”.
De som blockat *Imposter Buster* är dock nazister och andra höger-
extrema som använder fejkkonton, eftersom det är den enda typ av
Twitterkonton boten interagerar med. ”You send large numbers of unso-
solicited replies or mentions” säger Twitter, och syftar då på de automati-
serade påpekanden boten gör när fejkkonton sprider rasism och anti-
semitism i diskussioner i syfte att avslöja deras fejkmetoder för andra
användare. Anti-Defamation League, ADL, den stora amerikanska orga-
nisationen som bekämpar rasism och antisemitism, har protesterat mot
Tweets beslut, men hittills utan resultat.⁴

Det här är bara ett exempel på hur användare själva försöker arbeta mot
att de stora plattformarna tas över av extremister och förvrider den

4 Rosenberg (2017)



nämligen människor kring ett gemensamt intresse och ofta utifrån gemensamma värderingar. Facebook-grupperna var från början mer av karaktären ”Vi som älskar Dirty Dancing” och ”Allt om höns”, där folk med gemensamma hobbies eller specialintressen samlades för att både utbyta tips, köpa och sälja saker och prata med likasinnade. Snabbt bildades också mer politiska diskussionsgrupper om allt från barnuppfostran till rondeller, liksom förstås kring mer polariserande frågor, som drogpolitik och feminism. Givetvis uppstod också grupper kring invandringsfrågan, i Sverige framförallt i det man kan kalla SD-nära kretsar. Här finns grupper som ”Alla vi som älskar Jimmie Åkesson” men också andra grupper med mindre tydlig koppling till Sverigedemokraterna som parti. Många av grupperna startades och drevs av personer utan partipolitisk eller aktivistisk erfarenhet.

Jag talar med Jonathan Leman, researcher på Expo, och han berättar om hur personer från den organiserade extremhögern och vitmakt-rörelsen ganska snart klev in i de här grupperna, och mycket medvetet började arbeta för en radikalisering av gruppdeltagarnas åsikter. De delar länkar till alternativmedia, både till SD-nära sidor och till sidor från den nazistiska och pro-nazistiska nätfloran. De talar om den vita rasen, väcker frågor om hur bra demokrati egentligen är, och så vidare. Utöver den här infiltrationen sker också en tydlig och snabb självradikalisering i de här grupperna, där ett gemensamt språkbruk växer fram med termer och aggressivitetsnivå som framstår som helt orimlig för utomstående.

Ett exempel är gruppen som ursprungligen hette ”Stå upp för Peter Springare” som grundades till stöd för en polis i Örebro som uttryckt sig kritiskt om invandrare och brottslighet. Initialt var Peter Springare själv med i gruppen, som växte explosionsartat till 200 000 deltagare på två veckor.⁸ Det som först var en bred flora av allmän invandringskritik och polisgillande gick snabbt vidare till allt mer av öppen rasism och rena hatinlägg. Efter ett tag tog Peter Springare själv avstånd från

8 En annan fördel med Facebookgrupper jämfört med Facebooksidor är att man kan lägga till andra utan att de måste godkänna det själva, vilket gör att grupper kan växa väldigt snabbt med medlemmar som kanske knappt ens vet om att de har lagts till.

gruppen som sedan bytte namn många gånger på kort tid (det mest minnesvärda är kanske ”Stå upp för sanningen som är relativ”) för att till slut landa i ”Stå upp för Sverige” och nu i januari helt lägga ner. När gruppen i augusti 2017 organiserade en demonstration mot de ensamkommande flyktingarna som demonstrerade på Medborgarplatsen flödade denna gemensamma retorik ut på gatorna med som ramsor som ”Ut med packet” och ”Inga afghaner på våra gator”. En kvinna ropade högt till de afghanska flyktingbarnen att ”Hoppas ni blir våldtagna som djur”. Med på demonstrationen fanns också etablerade högerextrema, som före detta SD-politikern Christoffer Dulny, men de som skrek de mest aggressiva ramsorna var alla tidigare oengagerade ”nya” aktivister.

I miljön på plattformarna har också gränserna mellan högerpopulismen inom och nära SD och högerextremismen och vitmakt-rörelsen blivit allt luddigare. Ett exempel är den tidigare journalisten och SD-aktivisten Ingrid Carlqvist som numera både förnekar förintelsen och har gått ihop med personer från den högerextrema podden och propagandasajten Motgift, och den nylanserade organisationen ”Det fria Sverige”, bägge med kopplingar till nazistiska Svenskarnas parti. Det här gäller inte bara de stora västerländska plattformarna, många inom den så kallade ”sverigevänliga” sfären har också skaffat konton på ryska plattformen VKontakte (VK), antingen som komplement till Facebook eller i stället för Facebook. På VK är gränserna ännu suddigare: Författaren Katerina Janouch, till exempel, är enligt vad Leman erfar VK-vän med nästan hela den svenska nynazistiska ledarkretsen.

Även till synes ickepolitiska grupper kan ha stor påverkan, och fungerar på liknande sätt. En studie av vaccinationsmotståndargrupper på Facebook visar hur plattformen radikaliserar också inom det här området och driver deltagarna mot konspirationstänkande. Facebook gör det också möjligt för små lokala communitys att nå ut globalt och stärka sin långsiktighet.⁹

9 Smith & Graham (2017)

Om man ser generellt på plattformarnas kommersiella logik så är vi användare varan som plattformsföretagen säljer till annonsörerna. Även om detta vid första anblick liknar publicisternas affärsmodell så är plattformsföretagen mycket tydliga med att de *inte* är publicister: De tar inget ansvar för innehållet, så värdet de tillhandahåller mot betalning är oss och vår uppmärksamhet. Det viktigaste för Facebook, Twitter, Youtube och de andra kommersiella medieplattformarna är att maximera vår uppmärksamhet och våra känslor inför innehållet, så att vi egentligen aldrig ska vilja lämna plattformen för något annat – och när vi lämnar ska vi vilja komma tillbaka så snabbt som möjligt. Det här är de förstås väldigt bra på. Ju mer vi är där, och ju mer information vi lämnar ut om oss själva – genom att interagera med material, klicka på länkar, fylla i roliga enkäter, checka in, ladda upp bilder och annat material – desto mer värde kan de i sin tur leverera till annonsörer som kan hitta exakt rätt målgrupp för något de vill sälja. Ju större räckvidd ett företag har, så att deras trackers följer oss över allting vi gör på internet – desto mer fullständig bild får de och deras annonsörer av oss, och ju enklare blir det sedan att ge oss köperbudanden vi faktiskt inte kan tacka nej till.

AUTOMATISERING AV DEN OFFENTLIGA SFÄREN – OCH PÅFÖLJANDE SÅRBARHET

DEN AMERIKANSKA TEKNIKSOCIOLOGEN Zeynep Tufekci tar i ett Ted-talk¹⁰ exemplet företag som vill sälja flygbiljetter till Las Vegas. Den perfekta målgruppen för dem vore krasst sett människor med låg impuls kontroll, stor benägenhet att ta höga risker och obekymrad inställning till ekonomi. En sådan grupp är personer med bipolär störning som är på väg in i en manisk fas. Det enkelt att hitta den här gruppen med självlärande algoritmer utifrån internetbeteende. Via plattformarna är det sedan också lätt att rikta reklam för kasinoresor direkt till dem, med perfekt anpassad tonalitet för att trigga just dem och deras köpbeteende. Det här kan göras både genom att

10 Tufekci (2017)

I den ryska påverkansoperationen tycks man ha använt rätt enkla versioner av detta. Till exempel har politiska troll och/eller botar gått in i politiska grupper på Facebook för att länka till påhittade upprörande nyheter eller plantera insinuanta *memes*, som andra, riktiga användare i sin tur har kunnat kommentera och länka vidare. Det här hände inte enbart vid presidentvalet 2016 utan skedde också tidigare kring exempelvis Black Lives Matter-rörelsen, med syfte att sprida polarisering, rädsla och misstro. Det är samma skäl bakom detta som bakom att Ryssland finansierar och stöttar svensk och europeisk extremhöger. Deras mål är att så split och söndring, långt tydligare än att propagera för vissa åsikter. Det finns inget enklare sätt att göra detta än via de stora internetplattformarna. Både ryska intressenter och den faktiska Donald Trump-kampanjen jobbade också med att aktivt minska röstviljan hos potentiella Hillary-väljare i viktiga delstater. Vi vet inte hur pass mycket utländska intressen redan har försökt påverka svensk politik, men vi vet att den svenska extremhögeren bland annat annonserar på Facebook. En vän till mig får till exempel sponsrade inlägg från det pro-nazistiska bokförlaget Logik, gissningsvis för att han är aktiv antirasist som är intresserad av de nazistiska rörelserna och säkert använt ord och begrepp som fått dem att hitta honom. Även i det här fallet rör det sig om dark posts, så enda anledningen att jag vet att Logik gör detta är att han råkar få dem.

Tufekci skriver i en artikel i Wired¹¹ om hur det som ofta påstås vara den gyllene åldern för yttrandefrihet samtidigt hotar demokratin. I dag, när vem som helst kan publicera sig och nästan ingen kan förhindra själva yttrandena är hoten mot yttrandefriheten helt andra än dem vi är vana att vara vaksamma mot:

DE MEST EFFEKTIVA formerna av censur idag handlar om att bearbeta tillit och uppmärksamhet, inte att kväva yttrandefriheten som sådan. I och med detta liknar inte dagens försök till censur alls det vi såg i det förgångna. Det kan ske i form av koordinerade trakaserikampanjer, som tar fasta på dynamiken i viralt spridd vrede för

11 Tufekci (2018)

att sätta en övermäktig och oproportionerlig kostnad på alla försök att höja rösten i protest. Det kan ske i form av epidemier av desinformation som syftar till att undergräva trovärdigheten hos giltiga informationskällor. Det kan ske i form av kampanjer orkestrerade genom bottar för att distrahera och trola, eller genom att glimtvvis läcka information insamlad genom hackerintrång i syfte att absorbera de konventionella mediernas uppmärksamhet.

De här kommunikationskampanjerna bryter inte nödvändigtvis mot lagen, även om de ibland gör det. Ganska sällan rör det sig heller om statliga kampanjer mot de egna medborgarna, vilket gör att epitetet ”censur” blir missriktat för att beskriva kampanjerna. Ändå har de exakt samma syfte som censur, att aktivt hindra vissa åsikter från att spridas och vissa personer från att höras. De gamla sanningarna om hur yttrandefriheten fungerar verkar alltså inte stämma längre. Tufekci hänvisar till John Stuart Mills (och många andra klassiska liberalers) tanke om yttrandefriheten och demokratin som en fri marknad för idéer, där det rätta och sanna till sist kommer väljas ut. ”Att välja rätt är större”, som Thomas Thorilds berömda sentens på Uppsala Universitet lyder. Den klassiska liberalismen såg friheten som ett medel för att nå sanning, men om frihet är fritt utbyte enligt algoritmernas regler på nätplattformar så verkar onekligen sanningen inte vinna.

En annan klassisk yttrandefrihetsdevis är det amerikanska ordspråket om att det bästa sättet att mota dåliga yttranden är att gödsla på med fler yttranden. *More is more!* Med plattformarnas individualisering av masskommunikation och dark posts som bara syns för mottagaren blir det svårt att se hur den modellen skulle fungera. Hur ska man kunna mota dåliga, falska, hatiska yttranden om man inte ens vet att de finns? Om det offentliga samtalet inte längre är offentligt utan halvprivat, där deltagarna kanske till och med är osynliga för varandra, blir utmaningarna nya och annorlunda.

Finns det då något att göra? Det är lätt att bli defaitistisk, inte minst

med tanke på den enorma makt och rikedom ett fåtal aktörer har samlat på sig. Vilka stater kan ens sätta något emot? Allra minst i USA, där kampanjfinansieringsmodellerna gör det nära nog omöjligt för politiker att vinna val om de går emot för starka ekonomiska intressen. I EU finns större möjligheter, men då måste vi också agera nu, innan AI blivit så billigt och tillgängligt att nära nog vem som helst kan militarisera det och bot-arméer påverkar ännu fler politiska valutgångar.

FÖRSLAG PÅ LÖSNINGAR

NÅGRA SAKER SOM olika experter pekat på att man borde göra är:

- 1 Förbjud botar som låtsas vara mänskliga. Eller, om det visar sig vara omöjligt, ha tydlig märkning av botar med enkel möjlighet att blocka dem.

Här måste man dock fundera över var gränsen ska gå mellan bot och människa. Räcker det att en människa sköter själva publiceringsbeslutet, trycker på knappen, medan innehållet är AI-framtaget? Och hur ska man kunna se vad som är en bot? När FOI studerat botar är de tydliga med att de inte gör skillnad på om det är en människa eller maskin, så länge betendet uppfattas som automatiserat. Inom kort kommer AI dessutom troligtvis att vara för avancerat för att det enkelt ska gå att avgöra.

- 2 Kräv insyn i algoritmerna, så att vi kan förstå både vilka frågor som ställts till dem och vilka data de matats med för att få fram vissa resultat. Det är demokratiskt ohållbart att en så stor maktfaktor i våra samhällen ska vara svarta lådor av affärshemligheter.

Det här är en jätte viktig poäng, men som också är svår att väga mot annat. Algoritmer är extremt lätta att kopiera, så om vi tvingar företag

att publicera dem öppet kommer de inte längre kunna saluföra dem som ett unikt företagsvärde eller produkt. Ett möjligt motdrag är då att acceptera någon form av immaterialskydd av algoritmerna, men då hamnar vi till slut i risken att företag har patent på grundläggande matematik. Ett annat möjligt alternativ är att reglera utfallet av algoritmerna. Om algoritmer och AI till exempel används vid rekrytering så kan man då hålla rekryteraren ansvarig för att inte oavsiktligt bryta mot diskrimineringsregler. Om en jobbbannons på Facebook bara skickas till män i ett visst åldersspann, för att en AI räknat ut att män i den åldern hittills har varit mest framgångsrika i det aktuella företaget, blir alltså rekryteraren ansvarig för diskrimineringen. När det offentliga använder AI som hjälp i brottsbekämpning kan man också medvetet lägga in i algoritmen sådant som motverkar exempelvis rasism utifrån insikten att maskinerna *left to their own devices* snabbt och kraftfullt skulle komma att förstärka fördomar.

Vi måste också vara ytterligt medvetna om risken att folk tror att bedömningar som görs med hjälp av AI per definition blir mer objektiva än bedömningar gjorda av människor. AI kan förstås vara objektivt, om det handlar om att iterativt räkna ut bästa beräkningen för ett hållfast brobygge, men det beror ju på att det finns en objektiv sanning om vad hållfasthet är. Ingen anser att hållfasthet betyder att bron helst bör rasa. Vem som är bäst lämpad för en viss anställning, eller vad som utgör etisk och oetisk marknadsföring, är dock värderingsfrågor med flera olika möjliga rätta svar. När det inte finns ett enkelt rätt svar saknar dessutom algoritmerna i allmänhet feedback-system där maskinerna får reda på utfallet och kan justera sig själva utifrån det.

Ytterligare en viktig poäng är att vi behöver AI för att kontrollera AI. Staten och exempelvis fackföreningar och ideella organisationer måste bli bättre på att använda AI för att hålla koll på hur AI och algoritmer används. Ett stort problem i dag är att lagstiftare och övriga policymakers är så långt efter teknikvärlden, och knappt ens vet vilka problem de bör hålla koll på, än mindre vad man skulle kunna göra åt dem.

- 3 Det måste vara öppet och tydligt vilka som står bakom politisk marknadsföring på plattformarna och varför man valts ut att få den.

Det här är en punkt som exempelvis Facebook redan jobbar med, samt att konkreta förslag på lagstiftning har framförts.¹² I dag kan man inte längre skicka *dark posts* utan att dessa syns för den som letar på avsändarens Facebooksida och just politiska budskap ska ha ännu hårdare regler. För enskilda personer (eller fejkade enskilda personer) som skriver och skickar ut information om politik blir detta dock svårt att reglera.

- 4 Vi bör fundera över monopolreglering på internet. Ett av de stora problemen är att jättarna har möjlighet att följa hela våra digitala liv och samla in information om allting vi gör på vägen, information som de sedan kan paketera i lämpliga former till sina egentliga kunder – annonsörerna. Regler kan också av samma skäl införas mot fri handel med användardata.

Det här är en svår punkt. Jag anser personligen att vi borde ha agerat tidigare mot centraliseringen av internet, där några få jätteaktörer köpt upp alla mindre aktörer. Jag är t ex inte alls säker på att Facebook borde ha fått köpa Instagram eller WhatsApp. Det handlar dock inte om monopol i den traditionella meningen, att det saknas konkurrenter inom det enskilda området, utan att individer inte längre kan finnas på internet utan att också finnas hos Google, och knappt heller utan Facebook. Vi kan helt enkelt inte lämna dem, om vi vill vara på internet. Det här är ett problem – inte bara för att de har så oändliga mängder data om oss, utan för att de också är så vanvettigt mycket rikare än andra företag att de med största sannolikhet också kommer att vara de som tar fram det allra bästa AI-systemet med de smartaste algoritmerna. Deras centralisering riskerar också att dämpa innovationskraften, eftersom inga andra företag tillåts växa sig stora utan att köpas upp. Samtidigt är det mycket svårt att agera i efterhand mot det här, och inte

12 Till exempel amerikanska Honest Ads Act, som berör politiska nätannonser.



glasklart vad man skulle kunna göra. Det man skulle kunna är möjligen att införa ett moratorium mot fler uppköp innan andra punkter retts ut.

- 5 Reglera tråkning av sekundärdata. Utöver data som vi frivilligt lämnat ifrån oss, på öppna sociala medier-konton, via appar och sökningar, så trålar företag ofta också efter sekundärdata, det vill säga att de gör kategoriseringar av dig och lägger mönster på dig utifrån öppna konton som dina vänner har, genom ansiktsgenkänning på otaggade bilder och så vidare. Det här skulle man faktiskt bara kunna förbjuda. Tillåt ingen sammanställning eller användning av data som människor inte givit ifrån sig frivilligt.

Det är i praktiken dock inte alltid solklart vad som exakt utgör persondata i detta sekundära led. Frågan är på många sätt avhängig implementeringen av den nya dataskyddslagstiftningen GDPR inom EU, då det fortfarande är en öppen fråga hur sådan här sekundärdata ska hanteras under denna lagstiftning.

- 6 Gör användarna till kunder. På gratistjänster är användarna varor snarare än kunder, och det är tydligt att Facebooks och andra plattformars primära omsorg ligger om annonsörerna, alltså de som betalar och finansierar tjänsten. Vi användare är i dag bara varan som de säljer. Skillnaden i makt mellan en kund och en vara är betydlig.

Det finns flera möjliga vägar att ändra det här. En modell skulle vara att tjänsterna helt enkelt görs om till betaltjänster, så att användarna faktiskt blir kunder i stället. Hur mycket skulle det kosta? 2016 hade Facebook 27,6 miljarder dollar i intäkter, på 2 miljarder användare. För att få samma intäkt skulle det alltså räcka med en årsavgift på 13,8 dollar, eller lite drygt 110 kronor.¹³ Ett sådant skifte skulle innebära en revolution i hur plattformarna fungerar och sannolikt också kraftfullt förändra hur de ser på och behandlar användarna. Plötsligt skulle vi vara kunderna, och kunden har som bekant alltid rätt.

13 Spross (2018)

Man skulle också kunna tydliggöra värdet som användarna ger ifrån sig med sin data. I dag har vi som användare ingen möjlighet att förstå vilket värde vi levererar till alla dessa gratistjänster, och vi förstår därför inte heller när vi bör kräva något mer i utbyte eller sätta stopp. En modell som provats med plattformen Steemit är att användare får betalt i kryptovalutan steem för alla inlägg, alla kommentarer, alla likes och delningar, dvs allt det som ger plattformen värde.¹⁴ Ansenliga mängder användare tycks också generera ansenliga mängder ersättning.

Det är svårt att veta både vad som skulle ge rätt effekter och vad som skulle kunna gå att göra. Det är också svårt att balansera mellan hopp och förtvivlan, mellan teknikoptimism och den dystopiska cynism som tränger sig på vid insikten att vi, med Zeynep Tufekcis ord, skapat det perfekta övervakningssamhället utan annat motiv än att bättre kunna sälja annonser. De politiska konsekvenserna är än mer skrämmande. Kanske har vi hamnat i ett läge där den stora klyftan i samhället inte är ekonomisk utan utgår från ett antal olika samverkande parametrar om tillgång till kvalitativ information, kritiskt tänkande, tid och förmåga att ta till sig intellektuellt hederliga argument snarare än diverse känslouttryck. Kanske ser vi den perfekta politiska stormen skapad av nedrustade skolor, ökad samhällspolarisering och nedrivna hierarkier med plattformarna blott som facilitator i mitten. ■

14 McMillen (2017)

REFERENSER

Alinsky, Saul (1971). *Rules for Radicals: A Pragmatic Primer for Realistic Radicals*. New York, NY: Random House.

Fernquist, J., L. Kaati, N. Akrami, K. Cohen, R. Schroeder (2018). *Botar och det svenska valet: Automatiserade konton, deras budskap och omfattning*. FOI Memo 6458, augusti. Stockholm: Totalförsvarets forskningsinstitut.

Kirkpatrick, David D. (2017). "Signs of Russian Meddling in Brexit Referendum". *New York Times*, 15 november. [HTTPS://WWW.NYTIMES.COM/2017/11/15/WORLD/EUROPE/ RUSSIA-BREXIT-TWITTER-FACEBOOK.HTML](https://www.nytimes.com/2017/11/15/world/europe/ruusia-brex-it-twit-ter-face-book.html)

McNamee, Roger (2018). "How to Fix Facebook—Before It Fixes Us". *Washington Monthly*, januari/februari/mars. <https://washingtonmonthly.com/magazine/january-february-march-2018/how-to-fix-facebook-before-it-fixes-us/>

McMillen, A. (2017) "The Social Network Doling Out Millions in Ephemeral Money". *Wired*, 10 april. <https://www.wired.com/story/the-social-network-doling-out-millions-in-ephemeral-money/>

Rosenberg, Yair (2017). "Confessions of a Digital Nazi Hunter". *New York Times*, 27 december. <https://www.nytimes.com/2017/12/27/opinion/digital-nazi-hunter-trump.html>

Siegel, Lee (2016). "The media's Weimar moment", *Columbia Journalism Review*, 7 oktober. https://www.cjr.org/special_report/medias_weimar_moment.php

Smith, Naomi & Tim Graham (2017). "Mapping the anti-vaccination movement on Facebook". *Information, Communication & Society*. doi:10.1080/1369118X.2017.1418406

Spross, Jeff (2018). "Facebook and Google are free. They shouldn't be." *The Week*, 8 januari. <http://theweek.com/articles/746872/facebook-google-are-free-shouldnt>

Tufekci, Z. (2017). "We're building a dystopia just to make people click on ads". TED Talk, september. https://www.ted.com/talks/zeynep_tufekci_we_re_building_a_dystopia_just_to_make_people_click_on_ads/transcript

Tufekci, Zeynep (2018). "It's the (Democracy-Poisoning) Golden Age of Free Speech". *Wired*, 16 januari. <https://www.wired.com/story/free-speech-issue-tech-turmoil-new-censorship/>

Twitter (2018) <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/violent-groups> [tillgänglig 22/3 2018]

**SJU
NYANSER
AV
TRANSPARENS**

—

—

—

—

—

—

**OM
ARTIFICIELL
INTELLIGENS
OCH ANSVARET FÖR
DIGITALA
PLATTFORMARS
SAMHÄLLSPÅVERKAN**

STEFAN LARSSON är docent i teknik och social förändring vid institutitionen för teknik och samhälle på LTH, Lunds universitet och programchef för det digitala samhällsprogrammet på tankesmedjan Fores. Han är jurist och disputerad i såväl rättssociologi som i fysisk planering. Hans forskning är inriktad mot digitalisering, datadrivna marknader och AI, med fokus på tillit, transparens och ansvar.

PETERS *But you also know that artificial intelligence is not without its risk and that you have to be very transparent about how those algorithms are constructed. How do you see artificial intelligence, more specifically, dealing with the ecosystem by helping to get consumer insights, but also keeping consumer privacy safe?*

ZUCKERBERG *Senator, I think the — the core question you’re asking about, A.I. transparency, is a really important one that people are just starting to very seriously study, and that’s ramping up a lot. And I think this is going to be a very central question for how we think about A.I. systems over the next decade and beyond. Right now, a lot of our A.I. systems make decisions in ways that people don’t really understand.*

PETERS *Right.*

ZUCKERBERG *And I don’t think that in 10 or 20 years, in the future that we all want to build, we want to end up with systems that people don’t understand how they’re making decisions.¹*

¹ Utdrag ur Mark Zuckerbergs förhör vid USA:s senat, med frågor från senator Gary Peters, se exv. The Washington Post (10 april 2018) ”Transcript of Mark Zuckerberg’s Senate hearing”.

INTRODUKTION: PLATTFORMAR, AI OCH ANSVAR

INOM SÄVÄL GLOBAL politik som samhällsvetenskaplig och rättsvetenskaplig forskning om digitala plattformar diskuteras alltmer hur man kan eller bör förstå de digitala plattformarnas ansvar för hur plattformarna används och deras samhälleliga konsekvenser.² Givet många av plattformarnas storskalighet, enorma användarbas och den stora mängd information som postas, modereras och sorteras – ofta i realtid – så har ett stort mått av mjukvarubaserad algoritmberoende automation blivit en del av organiseringen. Det betyder i sin tur att idéer om normer och behov av styrning och implementering av policy kommit att bli alltmer avhängiga varianter av artificiell intelligens och maskininläring för sitt utförande. Ansvarsfrågorna för gränsdragningar och oförutsedda effekter av användningen av AI i autonoma system är ett alltmer omdebaterat fält i både nyhetsmedia och en växande mängd forskningslitteratur kring begrepp som *algorithmic accountability* och ansvarsfull AI. Tätt sammankopplat med frågor om ansvar är transparensfrågorna, dvs. hur man ska förklara ett visst utfall eller förlopp med autonoma, självlärande

2 Här kan bland annat Andersson Schwarz (2017), van Dijck et al. (2018) och Gillespie (2018) nämnas.

och automatiserade inslag, speciellt om man kombinerar det med proprietära företagsupplägg på komplexa datadrivna marknader.³

Givet att de storskaliga plattformarna behöver automatisera mycket av sin egen policyimplementering – i sina tjänsters funktionalitet och i innehållsmoderering – blir det därmed av stort intresse att förstå vad det medför i termer av direkta samhällsutmaningar. Hur ska vi förstå de etiska och sociala utmaningar som artificiell intelligens och maskininläring medför i de digitala plattformarnas konsument- och marknadsinriktade användning? Hur påverkar det individer såväl som innovations förutsättningar, och finns det behov av reglering eller standardisering, och i så fall av vilken typ?⁴

Betydelsen av de utmaningar som följer av att digitala plattformar i många fall behöver ta en normativ ställning som ska implementeras genom automatiserade och självlärande verktyg ska inte bara ses i ljuset av de verksamheter som har en digital förhistoria, som med Google, Facebook och Amazon, utan även i ljuset av att verksamheter, som inte nödvändigtvis har en digital förhistoria, också anammar liknande datadrivna praktiker. Dvs, *plattformisering* kan beskrivas som en datafierad logik⁵ som kan hjälpa oss att bättre förstå de förändrade förutsättningar som verksamheter och företag – som i handel, media eller finans – ställs inför när de samlar in mer data som de analyserar med metoder som prediktiv analys och maskininläring för att kunna individualisera tjänster eller effektivisera verksamheten.⁶ Kapitlets

3 Vilket det inledande citatet från Mark Zuckerbergs senatsförhör indikerar på. Frågan diskuteras i en växande mängd litteratur. Jag diskuterar det även i termer av en rättslig samhällsutmaning av relevans för fler användningsområden än för de digitala plattformarna, i Larsson (2019).

4 Även i en svensk politisk kontext har det på senare tid väckts frågor om regleringsutmaningar för både datadrivna marknader men också specifikt de algoritmstyrda utvecklingsområdena kring maskininläring och artificiell intelligens. I maj 2018 publicerade exempelvis den svenska regeringen en *Nationell inriktning för artificiell intelligens*, som bl.a. innehåller en skrivning om att "Sverige behöver utveckla regler, standarder, normer och etiska principer i syfte att vägleda etisk och hållbar AI och användning av AI." (Regeringskansliet, 2018, s. 10).

5 Se Andersson Schwarz (2017).

6 Se även Andersson Schwarz & Larsson (2018).



relevans ska alltså inte enbart ställas i relation till de allra största och globala aktörerna.

Detta kapitel analyserar vad man kan kalla automatiserad policyimplementering på digitala plattformar och därmed kombinationen av normativitet och plattformisering. I kapitlet lägger jag extra fokus på betydelsen av de automatiserade verktyg där varianter av artificiell intelligens och maskininläring används för att moderera och effektivisera olika informationsflöden. Jag tecknar tre kategorier där plattformar använder AI för att styra och reglera användare och andra aktörer; 1. en *infrastrukturell*, som framförallt rör de största när de skapar marknader för andra att agera på; 2. en *specifik*, gällande innehållsmoderering, och 3. en *generell*, i mötet mellan AI och normativitet, dvs. värdegrunder. Jag pekar då på några av de mest väsentliga utmaningarna med samhällsapplicerad AI, dvs. den användning som samspelar och reproducerar sociala strukturer och normer, och vad det innebär i termer av kompetensbehov inom AI avseende samhällelig bias, som kulturer, etik och sociala normer. Kopplat till ansvarsfrågorna diskuterar jag sju nyanser av transparens, i syfte att problematisera de ibland något förenklade kraven på radikal transparens som hörs i ansvarsutkrävande debatter och för att peka på hur marknadskomplexitet, och ägande samspelar med AI-metoderna till vad som kan kallas "the black box".

PLATTFORMAR

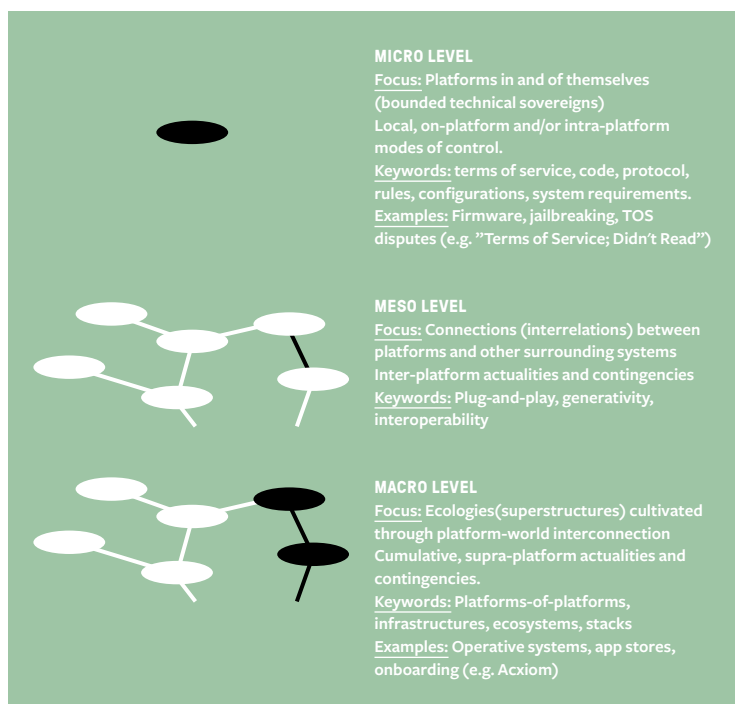
FÖRST, VAD ÄR EN DIGITAL PLATTFORM? I inledningskapitlet pekar jag och Jonas Andersson Schwarz ut sju kvaliteter som är relevanta för definitionen av digitala plattformar. De är i hög grad:

- 1 mjukvarubaserade;
- 2 internetuppkopplade;
- 3 datafierande/datadrivna;

- 4 automatiskt/algorithmiskt sorterande i sin förmedling/distribution;
- 5 skalbara;
- 6 proprietära;
- 7 centraliserade.

Var och en av dessa kategorier är inte nödvändigtvis strikt uppfyllda, och det finns grader och komplexiteter inom vissa begrepp – som att delar av plattformars organisation kan vara väldigt öppna medan andra hårt proprietärt hållna, och att centralisering och decentralisering kan fördela sig på olika sätt. Även om alla dessa karaktäristikor är relevanta för att förstå digitala plattformars normativa utmaningar så är framförallt (3) *data driven* (4) *automatisering* i fokus här. Automatiseringen är i sin tur en förutsättning för (5) *skalbarheten*. De största plattformarna i termer av användare kan ha flera miljarder aktiva användare, och en moderering eller implementering av policy är inte möjlig utan en stor portion automatisering. I syfte att bedöma hur digitala plattformar har karaktären av informella rättssystem blir både (7) *centraliseringen* av hur policys tas fram viktig, precis som den svårighet som följer för granskning genom att essentiella delar av de interna strukturerna är dolda för externa granskare och där såväl kod som data är (6) *proprietär*, vilket gör ägandet och det proprietära upplägget relevantt för att förstå betydelsen av i detta sammanhang. Både automationen, exempelvis i termer av maskininlärning, och det proprietära upplägget är, som jag utvecklar nedan, viktiga komponenter för att förstå vissa utmaningar med transparens.

Andersson Schwarz har i en vetenskaplig artikel från 2017 tecknat ett slags taxonomi över olika typer av plattformar, baserat på storlek och position i relation till varandra. En viktig del av att förstå plattformarnas informella styrmekanismer är att förstå denna ekologi, både i relationen mellan plattformar och individer och i relationen mellan storskaliga plattformar – infrastrukturella ”platform-of-platforms” – och mindre, men beroende, plattformsaktörer.



Plattformslogik. Från Andersson Schwarz (2017).

I den översikt som följer kommer jag att lyfta tre kategorier av rättsliga kvaliteter av relevans för att förstå utmaningarna med AI och normer hos plattformar, varav den första knyter an direkt till det ekologiska makronivåperspektiv Andersson Schwarz utgår från. På de nivåer där plattformar kopplas ihop med andra plattformar och bygger vidare på varandra (meso- och makronivåerna) finns en beroendeproblematik som sällan bara är informellt normativ utan rent hårdkodad, det vill säga den stipulerar konkreta villkor för olika aktörer att över huvud taget kunna göra affärer på den plattformiserade infrastrukturen.

DE TVÅ ANDRA kategorierna jag utvecklar nedan har mer att göra med plattformarnas mikronivå; dels kan vi studera hur innehållsmoderering ständigt sker ”ombord” på många typer av plattformar, dels kan vi se hur den enorma skalan på flera av dessa plattformar kräver att plattformsföretagen tillgripes olika former av AI-lösningar, och att sådana lösningar i relation till människors språk och bilder och samhällsstrukturer överlag möter stora utmaningar i termer av inbyggda normer och samhällelig bias. Genom att teckna de digitala plattformarnas attribut kan man, som nämnt i inledningen av kapitlet, konstatera att också en rad traditionellt sett inte så digitala och automatiserat datadrivna branscher och aktörer anammar plattformisering. Exempel här är mediehus som Bonnier och Schibsted som, utöver att förmedla redaktionellt material, också bygger ett nätverk av datainsamlade sajter samtidigt som de i allt högre grad förmedlar individ- och gruppanpassad s.k. programmatisk och ”semantisk” reklam.⁷ Mediesajter är också den kategori som tycks ha mest spåringsmjukvara från tredjeparter på sina sajter.⁸ Även inom public service testas och diskuteras aspekter av skraddarsytt eller ”personaliserat” innehåll.⁹ En stor och ökande andel av handeln plattformiseras, både genom e-handel men även den fysiska handeln, genom datainsamling- och analys i klubb- eller lojalitetskort och utveckling av s.k. omnikanal.¹⁰ Praktiken blir också branschöverskridande när aktörer som ICA både har fysiska matvaru- och stormarknadsbutiker, digital försäljning, bank och försäkringsbolag. En omvänd historik kan man se hos Amazon, som primärt började som nätbokhandlare, men genom breddning av verksamheten till att erbjuda både molntjänster för företag, en handelsinfrastruktur som sammankopplar säljare med köpare, och uppköp av exempelvis matvarukedjan Whole

7 För mer om relationen mellan mediehus och nya digitala plattformsföretag, och den konfliktbild som finns, se Jonas Andersson Schwarz bidrag i denna volym. För mer om programmatisk reklam, se Larsson (2017b).

8 Englehardt & Narayanan (2016).

9 Se Jockum Hildéns bidrag i denna volym.

10 Larsson (2017b).

DE STÖRSTA PLATTFORMARNA har kommit att positionera sig som ett slags infrastruktur för en rad andra aktörer, som apputvecklare eller andra tjänsteutvecklare, vilket anger förutsättningarna för annan innovation, och i vissa fall andra branschens hela upplägg. Denna aspekt av governance eller typ av infrastrukturellt men aktivt styrande upplägg behöver inte i sig vara problematisk, men ställer stora krav på balansering av egna och andras intressen, samt en praktik kring likabehandling och transparens som uppfattas som legitim hos de som påverkas. Exempel på detta är Apples App Store, som är enda vägen till att erbjuda appar för Appleprodukter. Varje app granskas av Apple i enlighet med en policy, vilket säkerställer kvalitet och teknisk funktionalitet, men som också har lett till kritik för en inkonsekvent hållning kring de delar av policyn som öppnar för tolkning i relation till kulturella värderingar eller i relationen mellan policy och dess implementering.¹² Sistnämnda tar Andersson Schwarz och jag upp i inledningen till denna volym i relation till svenska BankID, som egentligen bröt mot App Stores policy om att två appar inte fick vara beroende av varandra på det sättet, men framförallt ledde till ett ramaskri när policyn plötsligt implementerades skarpt och därmed stoppade BankID. Efter dialog släppte dock Apple fram BankID igen, till utvecklarnas stora glädje. Även informella rättsystem behöver utvecklas kontinuerligt, och när Apple 2010 skärpte upp implementeringen av sina policys träffades en rad appar med mer eller mindre lättklätt innehåll. En del kritik förde fram det inkonsekventa i att förbjuda baddräktsförsäljare som Simply Beach men tillåta Playboy och Victoria's Secret.¹³ Även om granskningen i sig inte är automatiserad så kan implementeringen av policyn vara det. Graden av automation i implementeringen tycks vara det som förändras över tid, vilket ger intressanta följd effekter som direkt påverkar de apputvecklare och företag världen över som utvecklar för användare av iPhone

¹² Gillespie (2018).

¹³ Gillespie (2018, ss. 84-85).

och iPad. Kontrollaspekten är central för Apples App Store, vilket tycks utmanas på den kinesiska marknaden. Apples App Store, som är den enda icke-kinesiske i Kina, tog, efter varning, bort omkring 700 appar för att deras uppdatering inte gått via Apples kontrollsystem.¹⁴ Orsaken till att den kinesiska marknaden utvecklar parallella uppdateringar till apparna är inte vederlagt, men det kan antas att det både handlar om geopolitik och statlig kontroll genom datainsamling genom apparna.¹⁵

Apples policyhantering över App Store handlar således både om att garantera funktionalitet, inklusive att undvika skadlig kod, men också att undvika hemlig tredjeparts inblandning. Upplägget, som möjliggör en appmarknad, leder också till ett beroende för apputvecklare för hur Apples policy ändras i sig eller i sin implementering. Vilket är ett utfall av den logik som följer upplägget med ”platforms-of-platforms”. Liknande beroendeställning har lyfts i förhållande till Facebooks ombalansering av den algoritm som styr det individuella nyhetsflödet, till att prioritera upp användarnas interaktioner på bekostnad av företags och nyhetsmediers poster, vilket bl.a. skedde i januari 2018.¹⁶ De strategiska val i viktandet av flödesalgoritmen som sker centralt hos Facebook har därmed direkta effekter för intäktsflödena och synligheten hos en rad kommersiella och andra verksamheter världen över.¹⁷

Googles sökmotor kan genom sin dominans på sökmarknaden också nämnas här, inte minst i ljuset av de beslut om höga vite för Google som EU-kommissionen tagit på konkurrensrättens område. I takt med att varumärkens synlighet blivit alltmer avhängigt hur ett företag eller en tjänst rankas av Googles sökmotorsalgoritm har också professionella kategorier och tjänster vuxit fram kring ”sökmotorsoptimering”, dvs.

14 The Telegraph (29 nov 2018).

15 Se Marina Svenssons bidrag om det kinesiska plattformssamhället i den här volymin.

16 Business Insider (13 jan 2018) ”Facebook is trying to prove it’s not a media company by dropping the guillotine on a bunch of media companies”, av Steve Kovach. [HTTPS://WWW.BUSINESSINSIDER.COM/FACEBOOKS-UPDATED-NEWS-FEED-ALGORITHM-NIGHTMARE-FOR-PUBLISHERS-2018-1?R=US&IR=T&IR=T](https://www.businessinsider.com/facebook-s-updated-news-feed-algorithm-nightmare-for-publishers-2018-1?r=US&IR=T&IR=T)

17 Se exv. TechCrunch (12 jan 2018) ”Facebook feed change sacrifices time spent and news outlets for ‘well-being’” av Josh Constone. [HTTPS://TECHCRUNCH.COM/2018/01/11/FACEBOOK-TIME-WELL-SPENT/](https://techcrunch.com/2018/01/11/facebook-time-well-spent/)

expertis kring att förhålla sig till sökmotorns interna relevansbedömningsupplägg i syfte att få en specifik sida eller tjänst att hamna högt upp i träfflistan. Det finns ett starkt ekonomiskt incitament eftersom användare i väldigt hög grad klickar sig vidare via de första träffarna. Här väcks också den konkurrensrättsliga frågan kring marknadsdominans när det gäller hur Google rankar och presenterar sökträffar för andra googletjänster, vilket bland annat aktualiserats i ett mångårigt fall prövat av EU-kommissionen. I juni 2017 utdömde kommissionen Google 2,42 miljarder euro – omkring 25 miljarder svenska kronor – i böter för att bryta mot EU:s konkurrensrätt, vilket företaget har överklagat. Kommissionen menar att Google har missbrukat sin marknadsdominans som sökmotor genom att ge en annan Google-produkt, en prisjämförelsetjänst, en olaglig fördel gentemot andra tjänster av liknande slag.¹⁸

Samma problematik kopplad till sökmotorn finns i de krav Google ställer på de tillverkare av smartphones som använder Android, dvs. Googles operativsystem för smarta telefoner, och Googles appbutik (Play Store). I juli 2018 utdömde Kommissionen böter för Google på hissnande 4,34 miljarder euro – omkring 48 miljarder svenska kr – för olagliga rutiner avseende Android-enheter som kommissionen menade otillbörligt stärker och bibehåller dominansen hos Googles sökmotor. Kommissionen konstaterade att Google har krävt att tillverkare förinstallerar appen Google Search och webbläsaren (Chrome), som ett villkor för licensiering av Googles appbutik (Play Store) och att Google hade gjort betalningar till vissa stora tillverkare och mobiloperatörer under förutsättning att de bara förinstallerade Google Search-appen på sina enheter.¹⁹ Googles vd, Sundar Pichai, konstaterade samma dag beslutet kom att de kommer att överklaga, och menade att kommissionen missar hur många valmöjligheter Android erbjuder telefontillverkare såväl som apputvecklare och konsumenterna.²⁰

18 EU-kommissionen (27 juni 2017) Press release. [HTTP://EUROPA.EU/RAPID/PRESS-RELEASE_IP-17-1784_EN.HTM](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1784_en.htm)

19 EU-kommissionen (18 juni 2018) Press release. [HTTP://EUROPA.EU/RAPID/PRESS-RELEASE_IP-18-4581_EN.HTM](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4581_en.htm)

20 Pichai, S. (18 juli 2018) "Android has created more choice, not less", Google in Europe. [HTTPS://WWW.BLOG.GOOGLE/AROUND-THE-GLOBE/GOOGLE-EUROPE/ANDROID-HAS-CREATED-MORE-CHOICE-NOT-LESS/](https://www.blog.google/around-the-globe/google-europe/android-has-created-more-choice-not-less/)



Samtidigt kommer uppgifter från flera håll om att Google utvecklar en kinaanpassad variant av sökmotor kallad ”Dragonfly”, som därmed skulle behöva vara censurerad för att tillåtas av den kinesiska staten.²¹ Vilket inte bekräftas av Google, och överhuvudtaget är svårt att bekräfta, och är en kontroversiell fråga. Googles sökmotor har dock tidigare funnits på den kinesiska marknaden, men krav på statligt kontrollerad censurering, inklusive en hackerattack riktad mot Google, fick företaget att flytta sökverksamheten till det mindre hårt kontrollerade Hong Kong, vilket i förlängningen ledde till att vare sig Gmail, Chrome eller sökmotorn har funnits tillgängliga för större delen av den kinesiska marknaden sedan 2014.

Frågan om den kinesiska marknaden är dock intressant ur ett automatiserat policyperspektiv på flera sätt. Dels ser de globala men västliga plattformsgiganterna världens största interna marknad som något attraktivt, och dels har de kinesiska företag som på kort tid vuxit fram där kommit att börja konkurrera utanför Kina. Man skulle därmed kunna se Kina som en statligt kontrollerad, auktoritär och gigantisk testbädd för utveckling av allt från handelsplattformar till varianter av artificiell intelligens baserad på stora mängder tillgänglig data (bl.a. från publika kameror och sociala medier). I förlängningen ger det kinesiska företag ett slags konkurrensfördel gentemot västliga företag, som behöver följa andra spelregler, vilket troligen ses som ett reellt marknadshot av sistnämnda. Kanske behöver betydelsen av de västligas olika initiativ riktade mot den kinesiska marknaden – trots att den måste innebära en anpassning till den statligt auktoritära kontrollen – vägas mot just det hotet.²²

21 The Intercept (29 nov 2018).

22 Se exempelvis diskussionen i *The New York Times* (2018-11-18) ”China Rules. How China became a superpower”, av Raymond Zhong. [HTTPS://WWW.NYTIMES.COM/INTERACTIVE/2018/11/18/WORLD/ASIA/CHINA-INTERNET.HTML](https://www.nytimes.com/interactive/2018/11/18/world/asia/china-internet.html)



Innehållsmoderering

ALLA SOCIALA MEDIEPLATTFORMAR använder varianter av mänsklig granskning, användarflaggning och automatiserat upptäckande.²³ Även om sociala medieplattformar bara är en delmängd av de aktörer som vi åsnyttar när vi diskutera digitala plattformar överlag så är innehållsmodereringen ett särdeles viktigt organisatoriskt upplägg att studera för att förstå de utmaningar digitala plattformar står inför när det gäller att ta normativa beslut. Medieforskaren Tarleton Gillespie argumenterar i boken *Custodians of the Internet* (2018) att innehållsmoderering i själva verket är kärnan, en betydande del av definitionen, av sociala medieplattformar.

Givet alla de hemskheter och illdåd som postas på sociala medieplattformar – tänk barnporn, halshuggningar och uppvigling till folk mord – så är det inte längre något kontroversiellt konstaterande att plattformarna behöver modereras. En fråga är dock vilket ansvar som plattformarna bör ha för upptäckten och lagföringen av de som utför illdåd som plattformarna därmed ser, och den svårighet som medföljer normativt beslutsfattande. Man kan konstatera att svårighetsgraden i att moderera är oerhört hög för gränsfall, kontextuella motsättningar, politiska meningstståndare som använder flaggningsfunktioner för att obstruera motståndare eller andra upptänkliga sätt att missbruka plattformarnas upplägg, utöver oavsiktliga effekter av en automatiserad implementering av policy. Man hamnar snabbt i utmaningar där man inte bara ska definiera vad som är oacceptabelt, utan även navigera i en mängd kulturer, kolliderande rättsordningar och laddade frågor, vilket Gillespie beskriver som:

... BALANCING OFFENSE and importance; reconciling competing value systems; mediating when people harm one another, intentionally or otherwise; honoring contours of political discourse and cultural taste; grappling with inequities of gender, sexuality, race,

23 Se exv. Gillespie (2017).

and class; extending ethical obligations across national, cultural, and linguistic boundaries; and doing all that around the hottest hot-button issues of the day.²⁴

Utmaningarna för de digitala plattformarnas arbete med automatisering och policyimplementering ligger därmed i en blandning av kontext, omtvistade fakta, och kombinationen av hastighet och skala. Speciellt realtidsmoderering ställer rimligen oerhörda krav på automatiserat upptäckande av innehåll som tydligt bryter mot användarpolicy. Dessa svårigheter gör också att frågan kring hur man inom utvecklingen av AI och användandet av maskininläring ska hantera uppgifter av normativ och kontextuell karaktär. I en databeroende maskininläring finns det ett beroende av gyllene standards för lärande av den modell man vill ska råda, dvs. ett slags konservatism. Frågan är vad denna typ av konservatism medför för utmaningar, inklusive oavsiktliga konsekvenser när den appliceras av storskaliga digitala plattformar.

En vidare diskurs med AI-relevans för utmaningar med ansvarsfördelning rör digitala plattformars betydelse, vilket delvis är en debatt om hur intermediärer ska bedömas när det gäller ansvar för det material eller beteende som sprids eller genereras i relation till plattformarna. Intermediärsansvarsfrågor är inget nytt i digitala sammanhang²⁵ men aktuella exempel kan man finna hos de storskaliga digitala plattformarna, som i debatterna kring vilket ansvar Facebook och YouTube (Google) bör ha för den information som delas inom deras respektive plattformar eller gällande Googles relevansbedömning i den indexerande sökmotorn²⁶. Eftersom plattformarna är storskaliga – Facebook har över två miljarder aktiva användare och Google har enligt uppgift inte mindre än sju tjänster som har mer än en miljard användare – behöver de också i hög grad automatisera informationshanteringen, där båda

24 Gillespie (2018, s. 10).

25 När individerna bakom fildelningssajten The Pirate Bay åtalades 2009 för medhjälp till upphovsrättsbrott uppkom en liknande konceptuell utmaning kring hur domstolen skulle se på ansvar i förhållande till denna "plattform"; se Larsson (2017a).

26 Jfr. Gillespie, 2018)

aktörerna är stora investerare i och utvecklare av artificiell intelligens för en rad funktionaliteter, bland annat för ansiktsgenkänning, språk-analys och röstigenkänning²⁷.

Det finns en kritik mot YouTube som går ut på att den reklamäkande affärsmodellen bidrar till både sensationalism²⁸ och radikalisering. Den kritiske tekniksociologen Zeynep Tufekci konstaterar frankt att YouTube därmed kan vara ett av de mest kraftfulla radikaliserande instrumenten i det 21:a århundradet.²⁹ Liknande kritik har riktats mot Facebook i relation till dold riktad reklam av den amerikanske kulturhistorikern och medieforskaren Siva Vaidhyanathan, som menar att oavsett vem som låg bakom den stora mängd riktad reklam med politiska budskap inför det amerikanska presidentvalet 2016 så har Facebook likväl ett ansvar för vad upplägget möjliggör. Den del av valpåverkan som upplägget medverkade till var, enligt Vaidhyanathan, alltså inte ett missbruk av plattformen utan att *bruk av plattformen*, helt i enlighet med både design och affärsmödel.³⁰

En variant av intermediärsansvarsfrågan rör kontroll över användarinformation, vilket aktualiserades i den s.k. Cambridge Analytica-skandalen där information från mellan 50 till 87 miljoner Facebookanvändare visats ha använts för att påverka demokratiska val i en rad länder.³¹ När Facebooks VD, Mark Zuckerberg, frågades ut av den amerikanska kongressen med anledning av skandalen fick han frågor om plattformens ansvar för det material som sprids. Zuckerberg förde återkommande fram AI som ett verktyg för att bekämpa oönskat innehåll som hatiska uttalanden, falska nyheter, hämndporr och annat. Hans uttalanden har kritiserats för att vara uttryck för en förenklad AI *solutionism* och att de automatiserade optimeringsverktygen som den

27 Dolata (2017)

28 Gillespie (16 jan 2018).

29 Tufekci (10 mars, 2018).

30 Vaidhyanathan (8 sept 2017).

31 En nyhet som fick mycket spridning när journalisten Carole Cadwalladr publicerade en artikel med en visselblåsare i The Guardian (18 mars 2018). [HTTPS://WWW.THEGUARDIAN.COM/NEWS/2018/MAR/17/DATA-WAR-WHISTLEBLOWER-CHRISTOPHER-WYLIE-FACEBOOK-NIX-BANNON-TRUMP](https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-facebook-nix-bannon-trump)



storskaliga plattformen bygger på i sig själva bidragit till spridningen av falska nyheter och kontroversiellt innehåll.³² En ansvarserkännande plattformsdesign – kan konstateras – ställs inför en rad normativa ställningstaganden kring vilken typ av bilder, texter och länkar som ska räknas som stötande, olagliga eller falska. Inte sällan dras gränserna på olika sätt i olika kulturer och jurisdiktioner. Även en del kunskapsområden, exv. om historiska händelser eller geografiska platsers tillhörighet, kan vara kontroversiella och bestridas av endera grupper.

Gillespie menar att innehållsmodereringen på sociala medieplattformar är en lika svår som behövlig uppgift. Svårigheterna med automatiserat och maskinlärande upptäckande av stötande poster har enligt Gillespie att göra med ”kulturens flyktighet, språkets komplexitet och anpassningsförmågan hos brottslingar som vill undvika upptäckt”.³³ Det betyder att det inte bara är avsiktligt missbruk som är utmaningen utan även den normativa karaktären av att implementera policy över en myriad av kulturella grupperingar och ett hundratal jurisdiktioner. Olika grupper kommer att ha olika kulturella standards och sociala normer, och en del av dessa är rentav direkt motstridiga andra.³⁴ Ett exempel handlar om hur man från ett designens policyperspektiv bör dra gränsen för nakenhet, som är ett fält där acceptansen och de sociala normerna ser olika ut i olika delar av världen, även för olika grupper inom samma samhälle. Facebooks hantering av amningsbilder har lett till protestmarscher, vilket i sin tur har lett till ett slags intern policyutveckling på detaljnivå kring hur gamla bebisarna får se ut att vara, hur mycket av bröstet som får synas, m.m. (såvitt vi vet – för det är ingen

32 BuzzFeed (11 april 2018) ”Why Facebook Will Never Fully Solve Its Problems With AI” av Davey Alba. [HTTPS://WWW.BUZZFEEDNEWS.COM/ARTICLE/DAVEYALBA/MARK-ZUCKERBERG-ARTIFICIAL-INTELLIGENCE-FACEBOOK-CONTENT-PROQ](https://www.buzzfeednews.com/article/daveyalba/mark-zuckerberg-artificial-intelligence-facebook-content-proq); se även debattartikel i The New York Times (20 okt 2018) skriven av en professor i psykologi och neurovetenskap och en professor i datavetenskap, ”No, A.I. Won’t Solve the Fake News Problem. At least not for decades to come. Sorry, Mark Zuckerberg.” Av Gary Marcus och Ernest Davis. [HTTPS://WWW.NYTIMES.COM/2018/10/20/OPINION/SUNDAY/AI-FAKE-NEWS-DISINFORMATION-CAMPAIGNS.HTML](https://www.nytimes.com/2018/10/20/opinion/sunday/ai-fake-news-disinformation-campaigns.html)

33 Gillespie (2018, s. 107): ”The fluidity of culture, complexity of language, and adaptability of violators looking to avoid detection”.

34 Se även utmaningarna tecknade i Larsson (2018c).

enkel sak att studera de interna policybesluten).³⁵ Den omtalade bilden på en naken napalmskadad vietnamesisk flicka – tagen av 1972-års Pulitzerprisvinnare Nick Ut – skapade förvisso kontroverser redan när den publicerades i anslutning till Vietnamkriget, men skapade återigen rubriker när Facebook tog bort poster med bilden på plattformen. Det var troligen en kombination av underårig nakenhet och stötande bild på lidande som träffade Facebooks policy och som därmed ledde till borttagande av poster, även om bilden ingick i den norska journalisten Tom Egelands artikel i Aftenposten, som reflekterade över fotografier som förändrat historien. Utmaningen här ligger i *kontextualitet*, dvs. att just denna bild har en historisk ställning som lett till tidigare publiceringsbeslut, även om de också utmanat rådande pressetik, där behovet av förståelse av hemskheten i pågående krig har bedömts övertrumpfa värdet av att inte publicera stötande bilder.³⁶

AI, ansvar och normer

CENTRALT FÖR DETTA kapitel är kombinationen av automatiserade processer och normativitet, vilket exempelvis är en del av den innehållsmoderering beskriven ovan. Givet skalbarhetens behov av automation så har också de digitala plattformarnas tillväxt kommit att länkas ihop med användandet av varianter av AI och maskininläring som en metod för policyimplementering, till exempel för att upptäcka missbruk eller användarbeteende som strider mot plattformarnas policy. Här fokuseras därför kombinationen av normativitet och AI i vid mening genom att ta upp några problematiska exempel ur den forskningslitteratur som växer fram i fältet för *Fairness, Accountability and Transparency (FAT)*.

I vårt inledningskapitel argumenterar vi för behovet av att förstå plattformar som en samhällsfråga, vad utvecklingen åt att i ökande grad

35 Lyssna exv. på Radiolabs "Post no evil" (17 aug, 2018). [HTTPS://WWW.WNYCESTUDIOS.ORG/STORY/POST-NO-EVIL](https://www.wnycestudios.org/story/post-no-evil)

36 Jfr. Gillespie (2018, kap. 1).

Inom den kritiska och samhällsvetenskapligt förankrade AI-forskningen finns det framväxande insikter som har att göra med hur AI, applicerad av digitala plattformar, har samhälleliga baksidor och medför etiska och normativa utmaningar. Detta uttrycks ofta i termer av behovet av att säkerställa *fairness* eller opartiskhet i samhällsappliceringen av data- och algoritmdrivna system, dvs. att de inte bidrar till diskriminering eller samhällelig bias eller har andra framförallt oavsiktliga och oetiska konsekvenser.⁴² Detta knyts ofta till diskussioner om ansvarsfördelning eller ansvarserkännande (*accountability*) – till exempel riktat mot digitala plattformar – och behovet av transparens, i syfte att bättre kunna upptäcka och motverka negativa konsekvenser. I denna typ av forskningslitteratur poängteras att algoritmiska system används i ett antal sammanhang som med hjälp av stora datamängder (”big data”) filtrerar, sorterar, betygsätter, rekommenderar, ”personifierar” och på andra sätt formar mänskliga erfarenheter och förhållanden. Även om dessa system ger många fördelar, innehåller de också inneboende risker, såsom kodifiering och förstärkande av samhällelig bias, reducerad ansvarsskyldighet, och ökad informationsasymmetri mellan dataproducenter (kunder) och datainnehavare.

Exempelvis, en vetenskaplig utvärdering av tre kommersiella könsbestämmande bildigenkänningsystem visade att kvinnor med mörkare hy är den grupp med störst grad av felklassificering.⁴³ Det betyder bland annat att dessa tjänster, och applikationer som bygger på dessa, fungerar sämre för dessa gruppers utseenden. Delar av orsaken tycks ha att göra med att de underliggande bild databaserna är överrepresenterade av vita män, vilket leder till att felmarginalen är påtagligt mycket mindre för ljushyade män. På applikationsnivå kan den här typen av bias leda till att kamerafunktioner som ska tipsa fotografen när den

42 När det gäller rättsliga, etiska och sociala frågor kring automation genom artificiell intelligens som samspelar med individers data så kan institutet AI Now nämnas, med Kate Crawford i spetsen, och institutet Data & Society med danah boyd som föreståndare. IEEE har genom en extensiv samling mångvetenskapliga forskare också tagit fram goda rekommendationer att fortsätta bearbeta i *Ethically Aligned Design* (v.2, 2018). För en svensk framställning, se Larsson (2019; 2018c).

43 Buolamwini & Gebru (2018).

fotograferade blinkar tolkar det som att asiater alltid blinkar⁴⁴ eller att en bilddatabas automatiskt taggar svarta människor som ”gorillor”.⁴⁵

I boken *Algorithms of Oppression* argumenterar kultursociologen och informatikforskaren Safiya Noble för att sökmotorer har en roll i att inte bara reproducera utan även förstärka de rasistiska strukturer som finns i samhället – hon inriktar sig mot afroamerikaner i USA.⁴⁶ En utmaning här tycks vara att relationen mellan samhällets inneboende strukturer och historik av både ojämställdhet och ojämlikhet – kommer att representeras i den data som lärande algoritmer tränas på. Om samhällelig bias finns i datan replikeras det i utfallet. När det gäller bilddatabaser konstaterar Zou & Schiebinger i en kommentar i *Nature* att neurala nätverk för sin bildklassificering ofta tränas på en databas som heter ImageNet. Även om databasen innehåller mer än 14 miljoner klassificerade bilder så kommer de allra flesta från ett fåtal länder.⁴⁷ I ett annat exempel upptäckte datavetenskapliga forskare vid University of Virginia att populära bilddatabaser innehöll genderbias, där kvinnor kopplades till köket och män till jakt, vilket ledde till en maskinlärande applikation som inte bara reproducerade utan även förstärkte samma bias.⁴⁸ Detta leder till en fråga som inte bara handlar om att fylla på med mer representativ data, utan vilket ansvar den som designar applikationer som använder sig av samhällligt skev data har för att uppmärksamma och eventuellt motverka denna skevhet.

44 Vilket kommenteras av forskare i *Nature*, se Zou, J. & Schiebinger, L. (18 juli 2018).

45 Vilket fick Google, som utvecklat tjänsten, att helt ta bort tjänstens möjlighet att automatagga någonting som gorilla. Detta konstaterar Wired efter att ha testat mer än 40 000 djurbilder i tjänsten. Andra djur kan fortfarande automataggas. Detta kan tolkas som att bildigenkänning fortfarande har en del stora utmaningar. Se exv. The Guardian (12 januari 2018) ”Google’s solution to accidental algorithmic racism: ban gorillas”, av Alex Hern. [HTTPS://WWW.THEGUARDIAN.COM/TECHNOLOGY/2018/JAN/12/GOOGLE-RACISM-BAN-GORILLA-BLACK-PEOPLE](https://www.theguardian.com/technology/2018/jan/12/google-racism-ban-gorilla-black-people)

46 Noble (2018).

47 Zou, J. & Schiebinger, L. (18 juli 2018).

48 se Zhao et al. (2017) för studie. Studien rapporterades om i tidningen Wired 21 augusti 2017: <https://www.wired.com/story/machines-taught-by-photos-learn-a-sexist-view-of-women/amp>





Ska datan vara representativ för världen som den är, eller för en värld som många aspirerar mot? Utmaningen ligger i relationen till samhällets strukturer. Representativ data kan ju de facto beskriva ett samhälle som innehåller diskriminerande praktiker, ojämlik lönesättning, sinsemellan oförenliga normativa uppfattningar om familjers konstitution, hur relationer bör få se ut, och etnisk, religiös eller könsbaserad diskriminering.

Utmaningen ligger i relationen till samhällets strukturer, där den representativa datan de facto kan beskriva ett samhälle som innehåller diskriminerande praktiker, ojämlik lönesättning, sinsemellan oförenliga normativa uppfattningar om familjers konstitution, hur relationer bör få se ut, med etnisk, religiös eller könsbaserad rasism och diskriminering. Frågan om legitimitet och fairness blir därmed desto svårare. Zou & Schiebinger konstaterar därmed kärnfullt: ”ska datan vara representativ för världen som den är, eller för en värld som många aspirerar mot?”⁴⁹ Oavsett val här, från ett designperspektiv, så blir frågan normativ. Och, i linje med den utmaning kring kontextualitet jag lyfter ovan, frågar de sig vilka föreställningar om ”fairness” eller opartiskhet som ska prioriteras. I många fall kommer rimligen ingen konsensus att gå att nå. Oavsett vilket, frågan om ansvarserkännande för digitala plattformars användning av AI i relation till människor och kulturella strukturer vaknar här någonstans, i takt med att en neutral position inte längre blir möjlig.

En del av den kritik som lyfts rör ansvarsfrågor för effekter av automation och autonomt lärande processer och tjänster, låt vara troligen oväntade effekter. Ansvarsfrågor kan också adresseras för passivitet hos plattformar för sådant de genom sina automatiserade system kan upptäcka och som är av väldigt allvarlig karaktär – traffickingnätverk, vapensmuggling och självmordsbenägenhet⁵⁰. Vilken typ av passivitet

49 ”Should the data be representative of the world as it is, or of a world that many would aspire to?”; se även Larsson (2018c).

50 Se exempelvis Facebooks arbete med att upptäcka självmordsbenägenhet. TechCrunch (27 nov 2017) ”Facebook rolls out AI to detect suicidal posts before they’re reported”, av Josh Constine. [HTTPS://TECHCRUNCH.COM/2017/11/27/FACEBOOK-AI-SUICIDE-PREVENTION/](https://techcrunch.com/2017/11/27/facebook-ai-suicide-prevention/)

är egentligen klandervård? När AI-drivna och datainsamlade hemassistenter blir vardag i våra hem, vilket ansvar bör producenterna ha för sådant som de därmed upptäcker – eller skulle kunna upptäcka – i termer av olagligheter eller individers trängande behov av hjälp? När någon berättar om ett stundande självmord eller när barn misshandlas eller far illa på andra sätt? Med extensiv datainsamling av människors alla aktiviteter har ett samhälle vuxit fram som medievetare Mark Andrejevic kallat ett ”sensorsamhälle”,⁵¹ vilket av nödvändighet också väcker ansvarsfrågor för områden som tidigare inte adresserats. När plattformarna kan detektera och analytiskt förstå en rad allvarliga skeenden behöver de också ta ställning till den normativa frågan hur de ska agera – eller inte agera – gällande sina insikter.

Forskare vid det amerikanska institutet AI Now konstaterar att utan verkställbara mekanismer för transparens och revision av dataanvändningen eller fungerande ansvarsfördelning finns det knappast någon kännedom om hur algoritmiskt beslutsfattande begränsar eller hindrar vad de kallar medborgerliga rättigheter.⁵² Caplan et al. talar här om vikten av s.k. *algoritmiskt ansvarserkännande* (eller ”algorithmic accountability”), vilket har kommit att bli ett allt viktigare tema i den kritiska och samhällsinriktade AI- och ML-forskningen. Centralt för att ens kunna formulera ansvar eller lösningsinriktade förslag ligger därmed i hur man hanterar transparens, vilket är långt ifrån ett tydligt begrepp.

SJU NYANSER AV TRANSPARENS

FÖR EN RAD algoritmberoende och konsumentinriktade digitala plattformar har vi redan system de allra flesta inte har insyn i, eller kunskap om hur beslutet tas. Dock, eftersom ansvarsfrågorna är så nära

51 Andrejevic (2013).

52 Caplan et al., (2018).

- 1 Ägande: att mjukvara och data är *proprietär*, t.ex. ett (för transparenens motstående) företagsintresse att inte visa upp hur de har löst ett visst problem, vilket kan bli fallet när en produkt kommersialiseras och skalas upp på en marknad. För vissa företag är mjukvaran och dess algoritmer värdefulla ”recept” som de betraktar som företagshemligheter.⁵⁶
- 2 *Undvikande av missbruk* (”gaming”): att transparens skulle motverka processens syfte och därmed kan missbrukas eller manipuleras för att nå fördelar, som med trendingfunktionen hos Twitter, eller i fördelning av försörjningsstöd eller andra varianter av profilering eller betygssättande.⁵⁷
- 3 Kompetens: att det krävs en viss specifik kompetens för att ens kunna bedöma algoritmer och deras dataanvändning, vilket man kan kalla *datalitteracitet* eller *algoritmlitteracitet*.⁵⁸
- 4 *Koncept, terminologier och förklarbarhet*: hur den komplexa AI-processen förklaras genom val av språk, metaforer och symboler, har direkta implikationer för hur den förstås, vilket i sin tur relaterar till acceptans och tillit.⁵⁹
- 5 *Marknadskomplexitet*, vilket kan ses som en kombination av proprietära upplägg och att de datadrivna marknaderna kan ses som komplexa ”ekosystem” där data mäklas och reser vidare mellan en rad aktörer. Detta inkluderar också det ofta kommersiellt motiverade upplägget med trackers, som tredjepartskakor och pixlar, dvs. det är ofta svårt att följa vart datan tar vägen.⁶⁰

56 Spiekermann & Korunovska (2016).

57 Se exv. Caplan et al. (2018).

58 Se även Jutta Haider och Olof Sundins bidrag i denna volym, och eller Haider & Sundin (2019) som utvecklar betydelsen av media- och informationslitteracitet i relation till sökmotorer.

59 Hur vi förstår abstrakta, exempelvis digitala, fenomen kan vara avgörande för både hur de regleras men också för hur vi normativt bedömer dem. För en omfattande genomgång av metaforer och konceptuella metaforers rättsliga betydelse i relation till digitala fenomen, se Larsson (2017a). Man kan också diskutera skillnaderna mellan tolkningsbarhet (”interpretability”), förklarbarhet (”explainability”) och förståbarhet (”comprehensibility”) för maskininlärningsmodeller i sig, se Guidotti et al. (2018).

60 Se Pasquale (2015) och Larsson (2018b). Komplexiteten i marknadsupplägget tecknas tydligt i Christl (2017).

- 6 *Distribuerat, individualiserat utfall*, kan bli utfallet av konsumentprofilerande tjänster som vill ”personalisera” sin affär, sin pris-sättning eller marknadsföring – vilket rimligen utmanar inte minst tillsynsverksamhet.⁶¹
- 7 *Algoritmkomplexitet*: att autonomi i den självlärande algoritmen är så självständig att ingen har egentlig insyn eller kunskap om hur den löser ett problem, bara att den löser det (eller inte). Utfallet kan vara en högre sannolikhet för ett visst utfall, som i en applicerad kontext skulle kunna omsättas i högre lönsamhet genom mer försäljning eller mer precision i en diagnos, men inte nödvändigtvis på vilka grunder eller hur resultatet nåddes i detalj.⁶² Tolkningsbar och förklarbar maskininläring har varit ett fält i den inomvetenskapliga datavetenskapliga litteraturen ett tag, ibland kallat AIX, men en kritisk genomgång visar på behovet av att klassificera problemen tydligare,⁶³ inte minst i relation till den ökade praktiska betydelsen,⁶⁴ och där även kunskap inom discipliner som socialpsykologi och kognitionsvetenskap skulle kunna bidra.⁶⁵

För Googles sökmotor, exempelvis, kan man tänka sig att det proprietära skälet (1) väger tungt – man vill inte visa sina konkurrenter exakt hur upplägget ser ut, och man vill också undvika missbruk (2) eftersom det skulle motverka det uppställda syftet om träffrelevans, som delvis har ett distribuerat, individualiserat utfall (6). Marknadskomplexitet (5) är rimligen en del av svårigheten för någon utomstående att teckna hur automatisering och interna policybeslut påverkar individer och företag, vilket även EU-kommissionens domar, nämnda ovan, vittnar om. Bredden och mängden av datainsamlade applikationer med miljarder användare

61 Vilket jag utvecklar i förhållande till konsumentskydd i Larsson (2018a; 2018b). För en analys av individualisering i relation till public service, se Jockum Hildéns bidrag i denna volym.

62 Även AI-forskningen talar här om AI-explainability (AIX), se IEEE, 2018, jfr. Wachter et al. (2017).

63 Guidotti et al. (2018).

64 Biran & Cotton (2017).

65 Miller (2019).



– allt från sökmotorn och kartfunktionen till Chrome, Android, Gmail, Analytics, YouTube – gör också helheten svårbedömd utifrån.⁶⁶

Exempelvis myndigheternas tillsynsarbete kan ses som ett slags transparensarbete, där syftet är att granska vad marknadsaktörerna gör, för att därefter bedöma om det finns något otillbörligt i deras praktik. På konsumentområdet uppstår svårigheter för tillsynen när utfallet är distribuerat och individualiserat (6), exempelvis för digital marknadsföring och individuell prissättning. Detta talar för att tillsynsverksamheterna behöver utveckla datadrivna metoder för att upptäcka otillbörligheter i storskaliga plattformars tjänster, oavsett om de är avsiktliga eller ej.⁶⁷ Komplexiteten (5) och proprietärt motiverad (1) brist på insyn lyfts av Frank Pasquale som en problematisk ”black box” för digitala marknader.⁶⁸

Bristen på transparens blir påtaglig när plattformar missbrukar sin informationsställning. The New York Times avslöjade exempelvis i mars 2017 att Uber hade utvecklat en hemlig operation som kallades Greyball och som inkluderade mjukvara för att undvika polisiär utredning och granskning av deras tjänst.⁶⁹ Mjukvaruverktyget identifierade vissa passagerare som troliga poliser eller utredare och nekade dessa Uberbilar. De använde bl.a. ett slags geofencing runt myndighetsbyggnader och flaggade passagerare runt dessa byggnader som möjliga poliser. I Stockholm avslöjades detta vara fallet runt Polishuset på Kungsholmen. Uber blockerade även användare med mailadresser som slutade på polisen.se.⁷⁰ Uber hade en fejkversion av appen som

66 Analytics, exempelvis, används enligt en studie av omkring 75% av toppmiljonen mest populära sajter (se Englehardt & Narayanan, 2016). Samma studie konstaterar också att nyhetssajter har flest antal trackers överlag, troligen i syfte att skapa reklamintäkter som plats för riktade annonser, men även som målgruppsanalys. Se även Larsson 2017b för mer om bristen på transparens i s.k. programmatisk reklam.

67 Vilket jag utvecklat på annan plats i termer av ”algorithmic governance”, Larsson (2018a).

68 Pasquale (2015).

69 The New York Times (3 mars 2017) ”How Uber Deceives the Authorities Worldwide” av Mike Isaac. [HTTPS://WWW.NYTIMES.COM/2017/03/03/TECHNOLOGY/UBER-GREYBALL-PROGRAM-EVADE-AUTHORITIES.HTML](https://www.nytimes.com/2017/03/03/technology/uber-greyball-program-evade-authorities.html); se även Rosenblat, 2018.

70 DiDigital (10 oktober 2017) ”Uber svartlistade svenska poliser – spårades via appen”, av Sven Carlsson. [HTTPS://DIGITAL.DI.SE/ARTIKEL/UBER-SVARTLISTADE-SVENSKA-POLISER-SPARADES-VIA-APPEN](https://digital.di.se/artikel/uber-svartlistade-svenska-poliser-sparades-via-appen)



flaggade personer försågs med, som kunde visa ”spökbilar” och göra Uberbilar otillgängliga.

Att AI-system bör vara förklarbara (4+7) poängteras både inom AI-forskningen såväl som i policydiskussioner, exv. i relation till GDPR och automatiserat beslutsfattande.⁷¹ Förklaringar kan dock ske på olika nivåer, med olika typ av symbolik och med olika typer av sociala behov.⁷² Vi är rimligen redan idag alla användare av en rad teknologier som vi bara har en ytterst vag förståelse för hur de egentligen fungerar. En ”förklaring” av exempelvis AI-genererat beslutsfattande kommer därmed oundvikligen att behöva välja nivå av konkretion genom val av symboler eller metaforer. Hur förklaringen kring AI-genererade processer ser ut i termer av metaforer och symbolik kommer därmed rimligen att vara väldigt viktigt för hur de kommer att uppfattas eller accepteras.

Det kan finnas starka konkurrensskäl för företag att inte visa upp hur deras mjukvara ser ut, men också för att undvika missbruk som motverkar syftet med en tjänst (2). Detta kan gälla försäkringsföretags bedömningar, såväl som Googles relevansbedömning i sökmotorn som Försäkringskassans val av variabler för hantering av vem som har rätt till ersättning.⁷³ Caplan et al. (2018) påpekar exempelvis att även den minsta öppenheten kring hur trendingfunktionen på Twitter fungerar har gjort det möjligt att manipulera delar av miljön för att täcka vissa ämnen med automatiserade bottar eller bot-nätverk för att påverka och manipulera debatter. Omvänt kan det finnas extra starka skäl till transparens hos myndigheters användning av automatiserat beslutsfattande, där rättssäkerhet och likabehandling är centrala för beslutsfattandet som därmed riskerar att bli avhängigt hur algoritmer designas av upphandlade företag.⁷⁴

71 Exv. i EU-kommissionens kommuniké om artificiell intelligens: ”...to further strengthen trust, people also need to understand how the technology works, hence the importance of research into the explainability of AI systems” (COM(2018) 237 final, s. 14).

72 Doshi-Velez (et al. 2017).

73 Jfr. Larsson (2019); Caplan et al., (2018).

74 Jfr. Svensson och Larsson (2018). Se Reisman et al. (2018) som föreslår en ”algorithmic impact assessment” för användning av automatiserade algoritmiskt styrda processer i offentlig verksamhet.

SLUTSATSER

TRANSPARENSFRÅGAN KRING AI-DRIVNA processer är en central fråga som träffar digitala plattformar, precis som Mark Zuckerberg konstaterade i de amerikanska senatsförhören i april 2018, indikerat i kapitlets inledande citat. Olika sammanhang kan dock kräva olika nivåer av insyn, beroende på vad syftet och behovet är. För vissa fall skulle en dedikerad eller kvalitativ transparens vara att föredra, likt en bilbesiktning där inte var och en konsument egentligen har möjlighet eller ens behov av att granska innehållet och funktionerna, men det samhällliga intresset av att utfallet av en viss applikation inte är otillbörligt och diskriminerande beaktas. För andra fall skulle en radikal öppenhet kunna vara eftersträvansvärd utifrån ett samhällsperspektiv. Vad man avser med transparens och begrepp som ”förklara” och att ”förstå” kommer rimligen också att behöva förtydligas ytterligare för var och en kontext där algoritmiskt beslutsfattande appliceras, speciellt i förhållande till ansvarsfrågor och s.k. *algorithmic accountability*. Storskaligheten hos många digitala plattformar och den datadrivna automatiseringen leder till att den samhällliga betydelsen och därmed förtydligandet av riskbilden blivit oerhört viktig. Oförutsedda konsekvenser av plattformarnas normativa arbete med automatiserad policyimplementering har kommit att bli helt centrala att förstå för de marknadsskapande och infrastrukturella upplägg som påverkar hela marknader, inklusive individer och företag.

Att argumentera för att de digitala plattformarna är normativa och innehar rättsliga attribut och därmed bär ansvar för denna normativitet är dock inte nödvändigtvis samma sak som att kräva transparens i allt de gör. Det finns, som visat ovan, flera goda skäl till att vissa processer inte bör vara transparenta. Det innebär heller inte att de aldrig kan trampa snett eller ta enskilda dåliga beslut. Det innebär däremot att den viktiga tilliten till plattformsaktörerna är beroende av att de artikulerar motiven bakom sitt policyarbete, visar på de konsekvenser de eftersträvar och därmed accepterar sin samhällliga betydelse. Precis

som rättssystem är beroende av att ständigt stresstestas och utvärderas gentemot ett föränderligt samhälle – kulturella normer förändras över tid, ny teknik katalyserar förändringar i förutsättningar för hela branscher. Reglering av plattformsakörer är inte heller nödvändigtvis en utvecklingsbromsande faktor, som en relativt vanlig men ofta förenklad syn vill hävda. Tvärtom, de samhällseliga behoven kan ibland bättre säkerställas, inklusive tilliten till både kommersiell dataanvändning och automatiserade verktyg, om spelreglerna är tydliga för alla inblandade. Den samhällseliga frågan handlar också påfallande ofta om att balansera legitima men delvis oförenliga intressen.

Maskininlärning och andra varianter av artificiell intelligens som används som central part i applikationer som interagerar med människor och samhällseliga strukturer samspelar därmed ofrånskomligen med historiska upplägg och samhällselig bias. I många fall finns därmed ingen normativt neutral mark: ska samhällselig bias reproduceras eller motverkas av den specifika applikationen? Ska skevheter i genus, makt, etnicitet, ekonomi och religion motverkas eller utgöra underlag för relevansbedömningar, prissättning och andra åtgärder? Och, om den ska motverkas, måste även dessa normer definieras – vilka normer ska styra? Hur ska balansen definieras? Att införliva mer kompetens om kulturer, normer och etik i utvecklingen av digitaliserad automation bör inte bara motiveras som ett konstruerat efterhandspålägg som bromsar viss användning av AI och maskininlärning. Denna typ av kompetens, som också behöver införlivas i det AI-relaterade kursutbudet vid tekniska fakulteter, kan möjligen också bidra till bättre applikationer – dvs. som en kärnfråga på designsidan, demonstrerat av några av de undermåliga applikationer och värderingsgrundande automatiseringsmisstag redovisade ovan.⁷⁷

Man kan konstatera att digital plattformisering innebär en allt viktigare samhällselig organisationsform som politiker, forskare och näringslivsföreträdare behöver förstå implikationerna av, i takt med att fler

77 Se exv. p. 10 i AI Now Report 2018, Whittaker et al.

REFERENSER

Andersson Schwarz, J. (2017). Platform Logic: An Interdisciplinary Approach to the Platform-Based Economy. *Policy & Internet* 9(4): 374–394.

American Scientific (20 juni 2016). "When Will Computers Have Common Sense? Ask Facebook", av Larry Greenemeier. <https://www.scientificamerican.com/article/when-will-computers-have-common-sense-ask-facebook/>

Andersson Schwarz, J. & Larsson, S. (2018). "A Platform Society", i Larsson & Andersson Schwarz (red.) *Developing Platform Economies. A European Policy Landscape*. Brussels and Stockholm: European Liberal Forum asbl and Fores.

Andrejevic, M. (2013). *Infoglut. How too Much Information is Changing the Way We Think and Know*. New York, NY: Routledge.

Biran, O., & Cotton, C. (2017). Explanation and justification in machine learning: A survey. In *IJCAI-17 Workshop on Explainable AI (XAI)*.

Business Insider (13 jan 2018). "Facebook is trying to prove it's not a media company by dropping the guillotine on a bunch of media companies" av Steve Kovach. <https://www.businessinsider.com/facebook-s-updated-news-feed-algorithm-nightmare-for-publishers-2018-1?r=US&ir=T&ir=T>

Buzzfeed (11 april 2018). "Why Facebook Will Never Fully Solve Its Problems With AI" av Davey Alba. <https://www.buzzfeednews.com/article/daveyalba/mark-zuckerberg-artificial-intelligence-facebook-content-pro>

Caplan, R., Donovan, J., Hanson, L. & Matthews, J. (2018). *Algorithmic Accountability: A Primer*, NYC: Data & Society.

Christl, W. (2017). *Corporate Surveillance in Everyday Life: How Companies Collect, Combine, Analyze, Trade, and Use Personal Data on Billions*. Vienna: Cracked Labs.

Diakopoulos, N., & Friedler, S. (2016). How to hold algorithms accountable. *MIT Technology Review*, 17(11).

DiDigital (10 okt 2017). "Uber svartlistade svenska poliser – spårades via appen", av Sven Carlsson. <https://digital.di.se/artikel/uber-svartlistade-svenska-poliser-sparades-via-appen>

Doshi-Velez, F., Kortz, M., Budish, R., Bavitz, C., Gershman, S., O'Brien, D., Shieber, S., Waldo, J., Weinberger, D. & Wood, A. (2017). Accountability of AI under the law: The role of explanation. *arXiv preprint arXiv:1711.01134*.

Englehardt, S. & Narayanan, A. (2016). "Online Tracking: A 1-million-site Measurement and Analysis," extended version of paper at ACM CCS 2016.

EU-kommissionen (25 april 2018). "A European approach on Artificial Intelligence", Bryssel.

EU-kommissionen (25 april 2018). Algorithmic Awareness-Building, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/algorithmic-awareness-building>

EU-kommissionen (27 juni 2017) Press release. "Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service". Bryssel. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1784_en.htm

TVÅ

POLICYLANDSKAP

—

—

—

—

—

—

—

—

HUR REGLERINGEN AV DIGITALA PLATTFORMAR HANTERAS I EU RESPEKTIVE USA

—

—

JONAS ANDERSSON SCHWARZ är lektor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Södertörns högskola och intresserar sig för hur vardagsliv och samhällsstrukturer påverkas av den tilltagande digitaliseringen. Efter flera års forskning om delning och nätgemenskaper har han på senare tid skiftat fokus mot digitala plattformar som strukturellt fenomen, inte minst den datadrivna medieekologi som dessa möjliggör.

” Vad säger det om ett samhälle och en historisk epok om reglering endast kan legitimeras om den går att härleda till direkt mätbara ekonomiska effekter? När vi pratar om liberalism under en sådan samhällsmodell, vilken form av liberalism är det vi åsyftar? En humanistisk liberalism som värnar upplysningsvärden med förhoppningen att gynnsamma ekonomiska effekter ska följa, eller en ekonomisk liberalism som värnar de ekonomiska värdena med förhoppningen att gynnsamma humanistiska effekter ska följa?

I DET HÄR kapitlet kommer jag att utforska vad jag ser som två påfallande olika förhållningssätt till den samtida digitala ekonomin, om vi jämför USA med EU. Genom tre olika fallstudier kommer skillnader och likheter att illustreras. Det amerikanska förhållningssättet avspeglas i bland annat högsta domstolens rättsskipning och i den reglering som Federal Trade Commission (FTC) och Federal Communications Commission (FCC) ställer upp beträffande till exempel nätneutralitet, medan EU:s förhållningssätt snarare avspeglas i ny lagstiftning som Dataskyddsförordningen (GDPR) och rätten att bli glömd,¹ i konkurrensrättsliga initiativ från EU-kommissionen riktade mot stora digitala aktörer,² i det upphovsrättsdirektiv som godkändes av EU-parlamentet i september 2018, samt i pågående rättsfall där EU-kommissionen³ slagit ner på bland annat Google för otillbörlig marknadsdominans.

-
- 1 Finns i GDPR, men etablerades redan under föregående dataskyddsdirektivet i samband med rättsfallet *Google kontra AEPD och Mario Costeja González* (se nedan).
 - 2 För en internationell översikt, se EU-kommissionen (2018a). För en svensk uttolkning av reglerna, se Regeringskansliet (2018).
 - 3 Generaldirektoratet för konkurrens (under ledning av Margrethe Vestager).





kan få saker som bonuspoäng, presentkort och billigare flygresor på grund av dessa höga avgifter så visade det första domslutet 2010 att dessa förmåner endast delvis kompenserde de högre priserna. De konsumenter som *inte* använder kreditkort tvingas ju nämligen att vara med och betala de högre priserna som förorsakas av den här typen av avgifter utan att få sådana belöningar. Detta innebär att AmEx konkurrensbegränsande bettende med största sannolikhet innebär en subvention av rika konsumenter på bekostnad av de fattiga.⁷ (Det är ju rika konsumenter som har AmEx-kort, inte fattiga.) Dessutom snuvar högsta domstolen kreditkortsföretag möjligheten att konkurrera genom prissättning och etablerar i stället en praxis där kreditkortsföretagen tvingas konkurrera med förmåner i stället, något som påpekas av makroekonomen Michael Kades i ett expertsamtal om domen.⁸

På grund av högsta domstolens hypotes kring annonsfinansierade tjänster är det troligt att högsta domstolens AmEx-dom förvisso kan komma att skydda typiska flersidiga digitala marknader såsom Amazons Marketplace, Uber, Airbnb och eBay – men inte företag som Google eller Facebook, vars affärsmodeller mer liknar den klassiska medieekonomiska annonsmodellen. Samtidigt är det inte svårt att föreställa sig, påpekar Lina Khan,⁹ hur Google skulle kunna beställa studier som visar att riktad marknadsföring faktiskt utgör en transaktion som användare själva också högt värderar – och att en lyckad sådan argumentation sannolikt skulle kvalificera även Googles affärsmodell för skydd liknande det AmEx nu har fått. Får företag som Google och Facebook detta rättsliga skydd är det sedan fritt fram för dem att införa uteslutande kontrakt gentemot annonsörerna och därmed höja priserna på annonsutrymnet. Genom att öka annonseringsavgifterna skulle plattformen kunna ge fler, mer avancerade eller billigare tjänster som kunderna vill ha, vilket leder till att fler kunder kommer att använda plattformen, och att plattformen – återigen genom indirekta nätverkseffekter – därmed blir än mer värdefull även för annonsören. En god cirkel, skulle så klart Google och Facebook hävda.

7 Detta är helt synkront med Turow (2006).

8 Washington Bytes (2018)

9 Khan (2018)

Även Amazon skulle ha ett rättsligt skydd att kunna fortsätta pressa de leverantörer och återförsäljare som är beroende av att synas på företagets plattform, då Amazon skulle kunna göra anspråk på att det de gör genom att pressa sina leverantörer, återförsäljare och löntagare att effektivisera sina leveranser är att helt enkelt öka konsumentnyttan.

PÅ DEN HÄR sidan Atlanten är det regleringsmässiga landskapet i många avseenden annorlunda – och likaså den politiska och historiska förankring detta vilar på. Det är framför allt EU-kommissionen, men även betydande delar av parlamentet, som uttryckt tydlig kritik mot plattformsföretagens hantering av personlig integritet och marknadsdominans. Kommissionen har under de senaste åren kommit att fokusera allt mer på webbaserade plattformar, och menar att affärsrelationerna ofta präglas av bristande förutsägbarhet, transparens, tillit och ojämna maktförhållanden.¹⁰ Därtill menar kommissionen att plattformar i vissa fall utnyttjar sin kontroll över marknadsplatserna till att särbehandla sina egna varor och tjänster, vilket drabbar konkurrerande företagsanvändare som erbjuder liknande produkter på marknadsplatserna.¹¹ Även den brittiska regeringen uttrycker tvivel kring hur annonsering i digitala medier riskerar kringgå konventionell konkurrenslagstiftning.¹²

Den österrikiska nätaktivisten Max Schrems använder sig i skrivande stund av EU:s lagstiftning för att testa ifall just den typ av ekonomisk relation som tvåsidiga marknader upprättar är juridiskt hållbar. Han har initierat ett flertal rättsfall och hänvisar till EU:s nya dataskyddslagstiftning GDPR som tycks ge vid handen att företag som Facebook och Google faktiskt inte bör få sina användare att tillhandahålla personlig information som ett *villkor* för tillgång till deras tjänster. Kunduppgifterna som Facebook samlar in behöver ju inte nödvändigtvis användas för att tillhandahålla tjänster till dessa kunder. I

10 Regeringskansliet (2018: 1)

11 Ibid.: 2

12 News Media Association (2018)

stället används data för att tillhandahålla tjänster till annonsörer, vilket gör att Facebook kan sammanföra kunder med särskilda egenskaper och som tillhör särskilda demografiska grupper med aktörer som vill annonsera specifika varor och tjänster. Facebook har alltid hävdat att de tjänster som de tillhandahåller till sina användare och de tjänster som de tillhandahåller till sina annonseringskunder är oskiljaktiga. Om EU-domstolen instämmer med Schrems att dessa två marknader måste separeras står Facebook och andra liknande plattformar inför ett utomordentligt svårt val. Antingen får de radikalt förändra sin affärsmodell eller så får de lämna Europa.

Vi ser alltså en påfallande skillnad i rättspraxis på respektive sida av Atlanten. Domstolarna i USA tycks vara inbegripna i en form av utilitaristiskt argument om det undanglidande begreppet ”konsumentnytta” (som främst kommer till uttryck i prissättning) som Robert Borks teorier om antitrust kommit att lägga så stor tonvikt på.¹³ Det finns bra poänger med en sådan approach, inte minst då det är tänkt att minimera en politisering av konkurrenslagstiftningen eftersom det avkräver en sorts ”vetenskaplig” bevisföring kring faktiskt reducerad konsumentnytta – men samtidigt förefaller den här approachen vara bristfällig i de fall då konsumenter lider skada på sätt som inte manifesterar sig i form av högre priser eller reducerat utbud på marknaden i fråga, eller i de fall då det handlar om negativ samhällelig inverkan bortom begreppsapparaten ”konsumentnytta”. Här är det också värt att nämna arbetstagares rättigheter och underleverantörers villkor. Medborgerliga rättigheter förpassas ofta till civilrättsliga kategorier och faller utanför den ekonometriska vokabulären. I de fallen missar ett hårdnackat fokus på ”konsumentnytta” att identifiera skador där de faktiskt existerar.

Som kontrast tycks europeisk rättspraxis inom områden som dataskydd, skatteplikt och e-handel snarare tjänstgöra mer som hindrande lag än som en övning i att försöka balansera påstådda skador hos en uppsättning kunder mot påstådda förmåner hos en annan uppsättning

13 Caves & Singer (2018)

kunder. Vi har sett flera iögonfallande rättsfall där stora amerikanska plattformsföretag har blivit ålagda rekordböter. Europeisk lagstiftning och rättspraxis fokuserar mer på klassiska humanistiska begrepp som transparens, förutsägbarhet, tillit i affärsrelationer, personlig integritet och, i förlängningen, yttrandefrihet.

När Google tog designbeslutet att förhandsvisa Wikipedia-resultat kan det tyckas vara en form av marknadsföring av Wikipedia som garant för trovärdig information – men i praktiken tycks detta ha stympat majoriteten av trafiken till Wikipedia då det gör att avsevärt färre användare än förut faktiskt surfar in på Wikipedia.¹⁴ När trafiken minskar på Wikipedia kan det också antas få negativa effekter på kvaliteten på deras moderering och kontributörer.

Kan en sådan sideeffekt kallas för ”marknadsstörande”? Aktören som störs är ju en icke-vinstdrivande stiftelse. Bör inte denna typ av dominerande beteende falla under någon form av konkurrenslagstiftning? När det kommer till public service-medier finns det ju exempel på hur de fallit under konkurrenslagstiftning trots att det inte har varit något utbyte av pengar eller vinstdrivande intresse bakom. Man kan till och med hävda att Googles förändring av åtkomstvillkoren till Wikipedia skulle varit marknadsbegränsande till nackdel för konsumenter, ifall det tydligt har lett till en minskning av användningen (till skillnad från AmEx-fallet). Eller är frågor av det här slaget att betrakta som bortanför ekonomins domäner, och snarare bör härledas till liberala, humanistiska kategorier som informationstillgång, upplysning och samhällelig tillit, som inte är så lätta att räkna på? Vissa människor tycks se det som att sådana kategorier har en samhällsnytta som också kan omsättas i ekonomiska termer – såsom idén om innovationsklimat, till exempel. Måhända kanske allt detta bör lämnas till den självkorrigeringande marknaden att lösa?¹⁵

14 Edwards (2018). För en empirisk studie (delfinansierad av Google-konkurrenten Yelp) se Luca m.fl. (2016).

15 Vill man vara drastisk så kan man tänka sig en radikalt optimistisk, marknadstroende teori: När tillräckligt stora skaror konsumenter inser att ignorans och desinformation göder fascism så kommer de att börja uppåtda större betalningsvilja för kvalitativa, granskande och resonerande informationskällor. Problem solved.



Vad säger det om ett samhälle och en historisk epok om reglering endast kan legitimeras om den går att härleda till direkt mätbara ekonomiska effekter? Och – när vi pratar om liberalism under en sådan samhällsmodell, vilken form av liberalism är det vi åsyftar? En humanistisk liberalism som värnar upplysningsvärden med förhoppningen att gynnsamma ekonomiska effekter ska följa, eller en ekonomisk liberalism som värnar de ekonomiska värdena med förhoppningen att gynnsamma humanistiska effekter ska följa?

Den juridiska utformningen av de användaravtal som ligger till grund för den rådande, proprietära plattformiseringen är talande då den tilltalar medborgare i egenskap av solitära konsumenter, vars förhållningsläge med de gigantiska korporationernas enhetliga avtal är binära: "take it or leave it". Du kan inte använda tjänsten om du inte går med på *hela* avtalet. Den nya EU-lagstiftningen kring skyddet och handhavandet av personuppgifter kommer att sätta mycket av detta på sin spets. Trots att möjligheterna till individuell anpassning av användaravtalen är stora och det därmed egentligen inte finns några grundläggande hinder mot att låta användaren själv välja betalningsmodell eller att påverka andra aspekter av villkoren, så framhärdar många plattformsföretag med otympligt utformade användaravtal, som Pär Lannerö visar i denna antologi.

En av målsättningarna med den nya dataskyddslagstiftningen GDPR är att svara mot denna otymplighet. En central tanke som genomsyrar GDPR är att begränsa den civilrättsliga principen om avtalsfrihet för att skydda konsumenter/medborgare. Med andra ord etableras ett "minimum" som inte kan avtalas bort. Det är överlag lite knepigt att behandla dataskydd rent civilrättsligt då man inte kan "överlåta" personuppgifter på samma vis som till exempel upphovsrätter. En personuppgift är ju alltid en personuppgift oavsett om du gett någon lov att använda den. Dataskyddsförordningen stipulerar att människor inte ska kunna sälja sina rättigheter; de har till exempel alltid rätt att dra tillbaka sitt samtycke. Dock, givet detta "minimum" av vad som kan och inte kan avtalas

bort, om vi som användare nu ska ha valbara/personaliserade användarupplevelser – bör vi då inte rent civilrättsligt kunna kräva en ekvivalent valbarhet/personalisering av användarvillkoren? Därtill finns en tanke att medborgare ska kunna kräva en viss nivå av insyn genom att ges möjlighet att kunna hämta ut sin data – främst för att kunna granska omfattningen av spårningen och jämföra olika tjänsters databruk med varandra. Detta knyter i sin tur an till idén om så kallad ”dataportabilitet”; möjligheten för användare att kunna flytta sin dataprofil till en annan tjänsteleverantör.

Vad som inte alls täcks i GDPR-lagstiftningen är möjligheten för olika företag och branscher att utkräva inflytande genom att begära mer överskådliga översikter av den data som de gigantiska infrastrukturella plattformarna samlar, på aggregerad och anonymiserad nivå, för att skapa en mer opartisk och rättvis spelplan för konkurrens och innovation. Det finns redan en etablerad praxis av kvartalsrapporter vad gäller omsättning av finansiella resurser; varför kräver inte världens samlade annonsörer en mycket tydligare och mer tillräknelig redovisning av den faktiska exponering som en plattform ger? Tech-sektorn har etablerat ett standardmått, ”månatliga aktiva användare” och ”dagliga aktiva användare”, men dessa siffror är godtyckliga i det att företagen inte behöver vara konsekventa i sina redovisningar, eller i sina definitioner av vad olika mått, som till exempel ”impressions”, betyder. Siffrorna säger inte heller mycket om den faktiska fördelningen av själva användningen som sådan.¹⁶ Vad användarna faktiskt gör, hur diversifierade de är, och hur lång tid de spenderar på respektive plattform (”time spent”) är siffror som inte alls är vanliga att företagen själva redovisar. Även för

16 Företagen räknar normalt en ”aktiv användning” som en interaktion och/eller inloggning med plattformen av något slag – men vad som räknas som en interaktion eller inloggning kan är helt godtyckligt; det skiljer sig åt från företag till företag. För Twitters del räcker det med att ett konto följer 30 andra Twitter-konton och också följs av en tredjedel av de konton som det följer för att räknas som en aktiv användare. För Facebooks del så inkluderade de fram till 2015 interaktioner med tredje part som en ”användning”, det vill säga när människor loggar in på helt andra appar genom att använda sitt Facebook-login, eller när de delar eller ”gillar” webbinnehåll via Facebook-integrerade webbplatser. Loggade en användare in på Tinder eller klickade ”gilla” på en redaktionell artikel på en nyhetssajt så räknades det som en ”aktiv användning” av Facebook.

gigantiska företag med enorma resurser, såsom Google och Facebook, blir det i regel nödvändigt med skattningar av tredje part för att få en rättvisande bild av hur användningen faktiskt ser ut.¹⁷

FALLSTUDIE 2

Vem får använda mediepublikens beteendedata och vem tar ansvar för att be dem om samtycke? Fallet Google Ads och publicisterna

I SAMBAND MED implementeringen av GDPR i maj 2018 blottades en konflikt inom internetreklambranschen, som i Sverige tog sig uttryck genom att Schibsted gick ut med ett moratorium och helt enkelt vägrade använda sig av de verktyg Google erbjuder för att köpa och visa annonser på olika webbsajter. Detta på grund av en dispyt kring vem som verkligen ska ansvara för de personuppgifter som dessa verktyg bygger på. Personuppgifterna samlas in via publicisternas sajter för att styra annonseringens inriktning mot tänkta målgrupper, genom så kallad personalisering av användarupplevelsen.¹⁸ Den här typen av automatsåld digital annonsering på webben kallas *programmatic advertising* och Google kontrollerade vid tiden för konflikten uppemot halva den svenska marknaden för detta.

Infrastrukturen för annonsering på nätet är plattformsbaserad, där ett fåtal aktörer som AppNexus och Google är branschledande. Annonsörerna

17 Sådan tredje parts information visar att användningen varierar kraftigt i omfattning, intensitet och typ. Amerikanska Pew Research (Smith 2014) visade att 44 procent av respondenterna i regel klickade "gilla" minst en gång varje dag, medan endast tio procent dagligen formulerade statusuppdateringar. Svenska siffror visar att Messenger är den vanligaste funktionen användarna säger sig bruka och att endast omkring hälften av de svenska Facebookanvändarna uppger att de läser nyheter, skriver egna inlägg eller delar andras inlägg på plattformen. Beteendet att dela andras inlägg tenderar att vara vanligare bland de äldre Facebookanvändarna, medan yngre snarare tenderar att använda Facebook för grupper och evenemang (Davidsson & Thoresson 2017).

18 Personalisering beskrivs i mer detalj av Jockum Hildén i denna volym.



köper målgrupper på så kallade demand-side platforms (DSP) som till exempel Google Ads (tidigare *DoubleClick Bid Manager*). Ofta sker köpen i realtid, genom auktioner av de annonsplatser som är tillgängliga vid en viss tidpunkt. Medieföretagen, å andra sidan, kan sälja sina annonsutrymmen på automatiserade sätt genom så kallade supply-side platforms (SSP). Även här är drivkraften att hitta rätt typ av annonser, i rätt sammanhang, vid rätt tidpunkt. Plattformleverantören hjälper annonsköpare och medieföretag att koordinera så att "rätt" annonser syns på de redaktionella sajterna – baserat på massor av datapunkter om den som besöker sajten.

Här har respektive sida av marknaden varsin unik styrka: Medieföretagen har innehållet som användarna konsumerar. Annonsleverantörerna (i det här fallet Google) har dataprofileringen av användarna – korsprofilerat över hela användarens webbhistorik – vilket är en mer finkornig profilering än vad medieföretagen själva har. De kan ju bara profilera de användarbeteenden som äger rum på företagets egna sajter. Det kan också vara dessa två unika styrkor som gör att kraftmätningen i skrivande stund lett till ett stillestånd, där ingen uppenbar lösning på konflikten tycks finnas. Det handlar om två grundläggande medieekonomiska intressen på kollisionskurs.

Det är en dispyt som går långt utanför enbart den svenska marknaden; det är en central fråga för hela den europeiska marknaden för onlineannonsering. I ett öppet brev som fyra europeiska branschorganisationer¹⁹ skrev till Googles vd Sundar Pichai i april 2018 återges deras syn på problemet: Enligt medieföretagen krävde Google i samband med implementeringen av GDPR att de som använder plattformsjättens annonsystem själva ska ansvara för att få konsumenternas medgivande om datainsamling, och att de dessutom ska ta juridiskt ansvar för den data som Google i sin tur använder. Därtill, menar publicisterna, vill det amerikanska företaget att publicisterna ska göra detta för Googles räkning utan att själva få någon insyn beträffande vad personuppgifterna faktiskt ska användas till.

19 Digital Content Next, European Publishers Council, News Media Alliance och News Media Association; se Kint m.fl. (2018).

Googles egna motargument är att de alltid har bett publicister att inhämta samtycke för användandet av sin annonsteknologi på deras sajter, något som våren 2018 uppdaterades i enlighet med GDPR. Dessutom har Google utvecklat teknik för att leverera ”icke-personaliserade” annonser i de fall där samtycke inte har erhållits.

Medieföretagen vill få laglig rätt att kunna åberopa det lagrum som finns när ”legitima intressen” står på spel, till exempel de tillfällen då publicisten samlar in data av säkerhetsskäl eller vill veta användarens ålder på grund av exponering mot eventuellt känsligt material. De menar att Googles sätt att tolka GDPR hindrar dem från att göra detta, samt att Google omöjlig kan ha legitima skäl då de urskillningslöst samlar in data om användarens beteenden över hela nätet.

Google vill definiera sig själva såsom personuppgiftsansvariga (*data controllers*) snarare än personuppgiftsbiträden (*data processors*), och vill därför lägga tonvikten på användarens samtycke. Personuppgiftsansvariga kallas de rättsliga parter som har det övergripande ansvaret för att all datahantering är säker och följer riktlinjerna i GDPR-direktivet, medan den faktiska hanteringen av datan kan överlåtas till den eller de aktörer som rättsligt definieras som personuppgiftsbiträden. Gigantiska korporationer som Google är i själva verket så komplexa att mängder av deras verksamheter klassas som personuppgiftsansvariga, medan andra delar av verksamheten utgörs av endast handhavande.²⁰ Google har accepterat att tillsammans med publicisterna stå som *gemensam* personuppgiftsansvarig för den data som genereras när publicister använder verktyg som Google Ad Manager (tidigare *DoubleClick for Publishers* och *Google Ad Exchange*). Att dela på ansvaret gemensamt är viktigt för Google eftersom det betyder att företaget då kan ta rättsligt ägandeskap över personuppgifterna och använda dem som företaget behagar. Om Google hade valt att *endast* stå som personuppgiftsbiträde skulle företaget bara kunna använda de data som föreskrivs av den personuppgiftsansvarige – med andra ord, utgivaren. Medieföretagen motsätter sig detta, och menar att det är godtyckligt

20 Google (2018)

att Google betecknar sig som personuppgiftsansvariga då de lika gärna skulle kunna ses enbart som personuppgiftsbiträden då beteendedatan till syvende och sist härrör från publicisternas sajter.

Det är här förhandlingarna mellan publicisterna och Google tycks ha gått i stå. I ett delat förmyndarskap över personuppgifterna som samlas in kan man tycka att parterna tydligt redogör för varann hur deras respektive ansvar ser ut. Om man ska inhämta användarnas samtycke å båda företags vägnar, måste det ena företaget ha förtroende för att det andra får samtycke på ett sätt som täcker upp alla relevanta skyldigheter och riskbedömningar. Det hela kan lätt bli en sorts ohållbart arrangemang där samtliga parter i en värdekedja står som ansvariga, något som blir i det närmaste omöjligt att manuellt upprätthålla med så många publicister som Google har i sina nätverk. Därför tycks Google ha valt lösningen att kräva att publicisterna själva blir de som tillfrågar användarna om samtycke, men att Google själva samtidigt står som personuppgiftsansvariga och ska kunna verifiera att personuppgifterna är korrekta och insamlade med tillbörligt samtycke. Google själva tillägger att då de fattar beslut om databehandling för att hjälpa utgivare att optimera annonsintäkterna, så fungerar företaget som en controller över sina egna annonsvisningsprodukter i överensstämmelse med kraven i GDPR, men att denna beteckning inte ger företaget några ytterligare rättigheter till personuppgifterna. Google menar att de ber publicisterna att fråga sina egna användare om samtycke på sina egna sajter, beträffande *personuppgiftsbaserad teknik* för riktad reklam i allmänhet – och då inte bara Googles annonstjänster utan vilka som helst.²¹

Följdfrågorna blir då givetvis: Står det fritt för annonsörerna att använda andra leverantörer då? Och är det verkligen behjälpligt att för användarna att frågan om samtycke hålls så bred som det föreslås ovan?

Enligt icke namngivna chefer inom ett av Nordens största tidningshus har de olika medieföretagen väldigt olika tolkningar av de nya lagarna och hur tätt man som företag vill knyta sig till Google. Vissa publicister har så kallad

21 Lomas (2018)

gränssnitt där de hårdnackat håller fast vid att bryta ner användarsamtycket till mer specifika kategorier. De har utgått från IAB:s mall men manuellt lagt till Google som en av alla valbara partners man som användare kan ge sitt samtycke till (figur 1). Enligt företaget visade sig användartestningen visa på en förvånansvärt hög andel klick på ”nej” – om man väljer att utforma gränssnittet för att underlätta för användare att faktiskt klicka ”nej”, vilket egentligen inte är i publicisternas egna intresse. De vill ju, precis som annonsörerna, och precis som Google, att så många som möjligt klickar ”ja” och att så många som möjligt exponeras för annonser. Men det är inte det konfliktens handlar om; den handlar om den principiella möjligheten för publicisterna att be om samtycke på ett rättssäkert sätt. Att bryta ner samtyckesfrågorna som JP/P gjort är rimligtvis i lagens anda; den föreskriver att samtycket ska vara så granulärt som möjligt. Varje partner behöver explicit fråga om samtycke; användarna ska själva kunna bestämma.

Ett annat uppenbart marknadsstörande problem är att Google äger bloggplattformar och på dessa har intresse av att maximera sidvisningar – samt inte minst vad gäller företagets ursprungliga affärsidé: sökresultat. Det betyder att Google har ett intresse när de driver sin DSP att visa annonser på sina egna mediala ytor. Kan Google verkligen erbjuda en neutral DSP då företaget i praktiken själva är en mediasäljare? Därtill tillkommer redan kända problem beträffande den dåliga insynen i hur auktioner egentligen går till och hur bra kvaliteten egentligen är på de sidor där annonserna visas.

Kanske bottnar det hela i att tjänster där Google solklart står som personuppgiftsansvariga – Gmail, Youtube och själva sökmotorn Google.com – är relativt oproblematiske vad gäller möjligheterna att inhämta fortsatt samtycke från användarna, då de flesta användare ser dessa som mer eller mindre livsnödvändiga och dessutom användbara tjänster, medan många användare skulle rygga sig för att ge samtycke till märkliga teknokratiska system med esoteriska namn. Kanske det är därför Google nyligen bytte namn på sina produkter från *DoubleClick Bid Manager*, *DoubleClick Campaign Manager*, *DoubleClick for Publishers*, *AdWords* och *Google Ad Exchange* till de något mindre tungvrickande *Google Marketing Platform*,

rättigheter genom att inte omedelbart ta bort material som enskilda individer anmäler som oönskade eller kränkande?

”Det kan knappast menas att alla dessa [olika] scenarier medför samma grad av kontroll och därför borde innebära samma sorts fundamentala skyldigheter som de som ålagts Google” skriver Eleni Frantziou²⁶ i en kritisk rättssociologisk artikel om ”rätten att bli glömd”-fallet. Ett liknande sätt att resonera ger rättsforskaren Olivier Sylvain²⁷ prov på, i sin kritik av de mer än tjugo år gamla undantagsregler i det amerikanska rättsliga systemet som i praktiken möjliggjort uppkomsten av digitala, användardrivna medieplattformar som Youtube och Facebook, men som också möjliggör en ändlös rad av sannolikt samhällsfarliga företeelser att äga rum på sådana plattformar (uppvigling, näthat, desinformation och så vidare).

I USA är det sektion 230 i Communications and Decency Act (CDA) 1996 samt ”safe harbor”-undantagen i Digital Millennium Copyright Act (DMCA) 1998 som möjliggjort företag som Youtube. I EU motsvaras dessa lagrum av E-handelsdirektivet (2000); se även slutkapitlet i denna antologi. Den rättsliga och regleringstekniska mediasituation vi befinner oss i idag kan spåras till en rad ytterligare avregleringar i USA under 80- och 90-talen. Vad beträffar infrastruktur är avskaffandet av Office of Technology Assessment, som lades ner under överinseende av Newt Gingrich 1995, ett exempel²⁸ och ett annat är avskaffandet av FCC:s så kallade ”fairness doctrine” 1987, vilket möjliggjort en drift mot allt mer partiska etermedier. Propagandistiska etermedier som Fox News och ”talk radio” är en logisk följd av sådan avreglering. Det är nu dokumenterat att äldre (vilka konsumerar mer etermedier) är sämre på källkritik än yngre; det är högst rimligt att detta har med de äldres konsumtion av etermedier att göra.²⁹ En plattformsoptimistisk tolkning av detta är att yngre, vars nyheter i högre grad kommer från

26 Frantziou (2014: 771), min översättning.

27 Sylvain (2018)

28 Wexler (2015)

29 Madrigal (2018)

internetplattformar, tycks vara mer medie- och informationskompetenta – medan en plattformskritisk tolkning är att plattformarna kunde växa till sig i en situation där internetaktörerna inledningsvis över huvud taget aldrig kom att regleras, och att de fortfarande är att betrakta som väldigt löst reglerade, vilket är en trolig delförklaring till att plattformarna så ofta används för skamlös propaganda och uppvigling.

Det regleringsvakuum varur plattformarna växte innebär också att deras marknadsdominans ter sig som en organisk produkt. Det finns inga restriktioner på hur stor en aktör kan växa organiskt, men låt oss göra ett tankeexperiment: Tänk dig en nationell eller regional tredje partsaktör som agerar handhavare av anonymiserad publikdata inom kommersiell mediesektor. Det skulle kunna röra sig om ett konsortium, liknande BankID men för programmatic advertising; en idiotsäker mellanhand, krypterad i varje ände, där inga personuppgifter lagras utan endast unika ID-nummer per användare.³⁰ Ett ombud eller clearinghouse för mediebetendedata i business-to-business-ledet, med andra ord, gemensamt delad och gemensamt ägd av de konventionella medieföretagen, som motpol till Googles och Facebooks globala duopol. Jag pitchade denna idé till en högt uppsatt publicist men svaret blev: Gör vi så kommer EU att slå ner på detta som *de facto* kartellbildning mellan de europeiska medieföretagen.

Internet är inte detsamma idag som det var 1996. Affärsmodellerna och maktfördelningen som tekniken ger upphov till har förändrats, förskjutits och växer – och även lagen bör följa med, menar Sylvain. På 90-talet var digitala forum i många avseenden relativt svåra att moderera, det kunde i praktiken endast ske manuellt. Men idag har vi ändlösa initiativ från de stora plattformsföretagen som möjliggör automatiserat urval, filtrering, rankning, personalisering och modifiering av de beteenden som äger rum på deras plattformar. Lagen bör omstöpas så att det inte är som idag, att operatörerna nästintill helt och hållet fräntas ansvar

30 Här skulle man kunna tänka sig en lösning liknande den Google och MasterCard säger sig använda när de delar information mellan varandra; två separata databaser där ingen har insyn i den andras databas men får nyttja kontakterna i databasen.



för tredje parts användningar av tjänsterna, till att i stället väga den ansvarsfriheten mot huruvida operatörerna verkligen fungerar som neutrala, blindade ytor för mänskligt beteende. Om de är så bra på att styra användningen och rikta människors uppmärksamhet – som flera av de centrala aktörerna skryter om när det handlar om affärsmodellerna för riktad annonsering, till exempel – så bör de ju kunna använda samma tekniska kapacitet till att efterleva de typer av rättsliga krav som samhället faktiskt ställer på andra privatägda ytor och utrymmen. Bevisliga möjligheter att på automatiserade sätt filtrera och moderera – tankarna går osökt till Content ID, en teknisk lösning Youtube införde för att automatiskt kunna spåra och identifiera upphovsrätts-skyddat material – innebär rimligen att stora aktörer bör kunna ha liknande kapacitet även för mindre kommersiella men icke desto mindre samhällsnyttiga former av moderering. Framväxten av artificiell intelligens (AI) ökar möjligheterna till proaktiv plattformsovervakning av det här slaget, något som Stefan Larsson adresserar i sitt kapitel i den här antologin.

FALLSTUDIE 3

Utmaningar och problem med moderering av användarcirkulerat innehåll: Fallet NetzDG och upphovsrättsdirektivet

Just tankegångarna om viklat ansvar, som Sylvain ger prov på ovan, återkommer bokstavligen i den lagtext som EU-parlamentet nyligen röstade ja till, som anger huvuddragen i det så kallade upphovsrättsdirektivet. Liknande tankar ligger också till grund för den jämförelsevis stränga lagstiftning vad gäller uppvigling och desinformation som Tyskland infört, den så kallade Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG).



problem med implementeringen av den. Därtill tycks illiberala, antidemokratiska regimer i andra delar av världen ha tagit intryck av den och börjat föreslå egna varianter av denna typ av lagstiftning: I den ryska duman introducerades till exempel en blåkopia av NetzDG där innehåll som anses vara olagligt ska tas bort inom 24 timmar. I Tyskland har det högerextrema partiet AfD dessutom kunnat kapitalisera på den munkavle som de påstår att NetzDG innebär, i det att de liknar den vid en ny sorts Stasi-censur, en sorts ”DDR 2.0”, och spelar martyrer i yttrandefrihetens namn.

Efter att lagen hade förverkligats kom dock mycket färre anmälningar än väntat. Samtidigt kom flera dokumenterade exempel på hur Facebook valde att på eget bevåg ta bort material utan att någon egentligen flaggat det som olämpligt. Det hela har resulterat i flera förvisso anekdotiska men ändå symboliska fall där lagens orimlighet och otymplighet har kommit att exemplifieras.³¹

Vad gäller det förslag på ett nytt upphovsrättsdirektiv som för närvarande är under beredning inom EU, så har centrala delar av detta direktiv sin upptakt i ett rättsfall från 2014 då Spanien, efter att den branschorganisation (AEDE) som företrädde landets stora tidningar hade pressat politikerna att agera, införde en lag som kräver att sökmotoroperatörer ska betala en avgift till de redaktionella aktörer vars innehåll operatörerna visar i sina sökresultat. Tyskland och Belgien hade redan försökt införa en liknande ”länkskatt” men i båda länderna gav lagstiftarna upp och medgav att tidningarnas material ska få synas gratis i Googles nyhetsaggregator. I Spanien ville politiker och publicister inte tillstå den möjligheten, utan framhärjade i att avgiften skulle vara obligatorisk. Google hävdade att om företaget tvingas betala för att tillhandahålla länkar till nyheter hade företaget få andra alternativ än att stänga ner den typen av tjänster i det landet – och gjorde också det. I december 2014 stängde de ner möjligheten för spanska nyhetskällor att synas i Google News.³²

31 Kinstler (2018)

32 Google (2014)

Communications Industry Association (CCIA) vilka sågar förslaget, medan stora publicister såsom Axel Springer i Tyskland och Rupert Murdoch's brittiska News Corp har menat att en skatt är nödvändig för att rädda nyhetsindustrin. Dessa senare aktörer använder inte helt sällan sina egna tidningar för att underblåsa farhågor om ”filterbubblor” och liknande; ett begrepp som i den akademiska medieforskningen dock kommit att ifrågasättas.³⁵

SAMMANFATTNING

MEDAN HUVUDELLEN AV de infrastrukturella plattformar som formaterar vardagsliv och samhälle har amerikanskt ursprung³⁶ finns ett antal sektorsspecifika plattformar,³⁷ där ändamålen är mer avgränsade och enskilda marknader berörs. Denna senare typ av plattformar är ofta mer nationellt förankrade, och vi ser en uppsjö av dem i Europa. Ofta formas dock förutsättningarna för dessa senare plattformar av de infrastruktureller som upprättas av de förstnämnda. Ibland är de i direkt konkurrens med varandra, och de infrastrukturella jättarna kan då utnyttja synergieffekterna inom sina egna proprietära ekosystem.

Vi ser, mot bakgrund av detta, hur en bukett av olika regleringsförslag har burits fram av EU-kommissionen, i vad som förefaller vara en organiserad strategi att fastställa tydligare spelregler för plattformskapitalismen. Man har gjort studier av digitala plattformar som led i översikten av en strategi för den inre marknaden, som den offentliga konsultation som kommissionen genomförde 2015 för att få synpunkter från berörda parter. Resultaten meddelades i maj 2016.³⁸ Där definieras och beskrivs plattformarna och den problematik de förknippas med: möjligheterna att skapa nya marknader och förändra existerande, hur de gynnas av nätverkseffekter där värdet på infrastrukturen ökar drastiskt

35 Dahlgren (2018)

36 Evans & Gawer (2016)

37 Se van Dijck m.fl. (2018) för distinktionen *infrastrukturell-sektorsspecifik*.

38 EU-kommissionen (2016)

när antalet användare ökar, beroendet av informationsteknik för både kommunikation och värdeskapande. Enligt meddelandet omfattar begreppet plattformar såväl internetannonsering, marknadsplatser och mjukvaruapplikationer som sökmotorer och sociala medier. Det huvudsakliga syftet med reglering är att skapa rätt villkor för att låta plattformslösningar komma till stånd i Europa, på ett rättssäkert sätt. Kommissionen menar att marknadsfragmentering är en stor utmaning, samt att konkurrenslagstiftning, konsumentskydd och dataskydd är helt centrala områden. De mål som kommissionen vill uppnå är:

- en jämn spelplan för jämförbara digitala tjänster
- att plattformsaktörer tar ansvar beträffande EU:s kärnvärden
- transparens och rättssäkerhet för att upprätthålla medborgerlig tillit
- att innovation, öppensinnade och ickediskriminerande marknader bibehålls

Många av åtgärderna inom EU har varit i form av förfrågningar om självreglering. Europeiska kommissionen har bjudit in plattformsföretagen att underteckna en frivillig uppförandekod som innebär att de aktivt och snabbt tar bort förfalskade produkter och hatiskt material, men på kort tid har även en rad mer bastanta restriktioner gjorts. För att summera finns inom EU en rad olika regleringsåtgärder:

FÖRELÄGGANDEN OM FRIVILLIG SJÄLVREGLERING AV FEJKNYHETER OCH NÄTHAT.

I mars 2018 presenterade kommissionen en rekommendation med förslag på konkreta åtgärder som medieplattformar bör göra för att stävja näthat,³⁹ och kort därefter kom EU-riktlinjer om desinformation (april 2018)⁴⁰ som resulterade i en ”Code of Practice” för självreglering där Google, Facebook, Twitter och Mozilla berättar om åtaganden de säger sig göra (september 2018).⁴¹ Detta dockar in i nationella initiativ som

39 EU-kommissionen (2018b)

40 EU-kommissionen (2018d)

41 EU-kommissionen (2018c)

tyska NetzDG samt det övergripande, transnationellt koordinerade arbetet inom olika länders säkerhetstjänster och antiterrorlagstiftning.

FÖRORDNING OM DIGITALA MARKNADSPLATSER OCH STYRKEFÖRHÅLLANDEN PÅ DEN DIGITALA INRE MARKNADEN. EU-kommissionen föreslog i april 2018 nya regler för onlineplattformar i syfte att skydda små- och medelstora företag i den digitala ekonomin. Här rör det sig om att försöka reglera förhållandena mellan olika företag, genom att ställa krav på ökad transparens hos megaplattformarna, effektivare tvistlösning samt ett nytt EU-observationsorgan som ska övervaka effekterna av de nya reglerna.⁴² Detta pekar framåt mot en framtida uppdatering av E-handelsdirektivet.

UPPHOVSRÄTTSDIREKTIVET har debatterats flitigt i samband med parlamentets omröstning i september 2018; detta direktiv bygger, som vi såg ovan, vidare på det spanska rättsfall där sökmotorer åläggs att betala för det redaktionella material de återger, samt principerna om att tvinga sociala medieplattformar att moderera användarnas inlägg, i linje med den tyska lagstiftningen NetzDG.

DATASKYDDSFÖRORDNINGEN som antogs 2016 och trädde i kraft i maj 2018, där reglerna för informerat samtycke reformerades,⁴³ och medborgarnas möjligheter till insyn och kontroll över hur personuppgifter används skärptes. En bieffekt av förordningen har blivit den maktkamp mellan Google och Europas ledande publicister om hur samtycket och ansvaret över personuppgifterna ska hanteras (se fallstudie 2 ovan).

42 EU-kommissionen (2018e) samt Regeringskansliet (2018)

43 Se Pär Lannerös kapitel i den här antologin.

federation, och på delstatsnivå samt inom civilsamhälle finns flera krafter som verkar för större medborgar- och konsumenträttigheter.

Tar vi nätneutraliteten som exempel, ser vi att betydande skillnader finns inom USA, beträffande ståndpunkterna i denna heta fråga. Nätneutralitet innebär att bredbandsleverantörer måste behandla all trafik i sina nät på samma villkor; stora plattformsaktörer ska inte få betala bredbandsleverantörerna för att deras trafik ska prioriteras. Detta blev också amerikansk lag 2015 (under Obamas presidentskap) då FCC beslutade att bredbandsnät skulle betraktas som allmännyttig infrastruktur och därmed regleras på samma sätt som telenäten. Men i december 2017 bestämde sig FCC, under ledning av Ajit Pai (utsedd av Trump), för att skrota nätneutraliteten och tillåta att nätoperatörer behandlar trafiken olika i sina nät. Beslutet väckte stor uppmärksamhet och till exempel New Yorks delstatsåklagare Eric Schneiderman menade att beslutet stred mot lagen och meddelade att han skulle bestrida det. Trots att senaten röstade mot upprivningen av nätneutralitetsreglerna i maj 2018, så var kongressen (vid tidpunkten dominerad av republikanerna) oförmögen att stoppa denna upprivning. I juni 2018 löpte de amerikanska nätneutralitetsreglerna ut och de nya reglerna gav storföretagen långt mer godtycklig kontroll över hur konsumenter ska få tillgång till internet. Enskilda delstater, som exempelvis Kalifornien, kom dock att opponera sig och införa sina egna nätneutralitetsregler.

Just Kalifornien är ett talande exempel: Denna delstat, hemvist för lejonparten av de företag vi berört i denna antologi, är paradoxalt nog den av USA:s delstater där lagstiftare och sakkunniga tycks arbeta hårdast för att bättre reglera den framväxande plattformskapitalismen. California Consumer Privacy Act, som klubbades i juni 2018 och förväntas träda i kraft 2020, är en lag som syftar till att ge konsumenter rätt att begära ut information om hur de kategoriseras och vilka specifika personuppgifter företag samlat in om dem, vilka typer av källor som använts och vilka affärsändamålen är för att samla och/eller sälja informationen, samt vilka typer av tredje parter informationen delas med.

Analytica-skandalen kan resultera i otaliga miljarder dollar.

Flera amerikanska politiker, samhällsdebattörer och tongivande experter har börjat argumentera för att företag som Google bör brytas upp eller åtminstone hindras från att köpa upp fler företag. Det tycks som att regleringssystemen länge varit oförmögna att registrera den dominans aktörer kan skapa genom dolda datasynergier, något som möjliggjorts av de ändlösa uppköp giganterna länge tillåtits göra. Google har förvärvat mer än 200 startups sedan det grundades, inklusive centrala produkter som YouTube, Android och DoubleClick. Företagets struktur, vilken närmast är att likna vid ett ekosystem av olika, delvis överlappande, och högradigt sammankopplade plattformar under samma flagg, är utan tvekan ett direkt resultat av detta.⁴⁶ Det är svårt att föreställa sig hur Google skulle ha sett ut utan denna våg av uppköp. Facebook har på liknande sätt köpt upp över 70 företag, inklusive uppenbara konkurrenter som Instagram och WhatsApp. Amerikanska senatorer som Mark Warner (D) och Amy Klobuchar (D) har föreslagit olika sätt att begränsa megaplattformarnas dominans, dels lagförslag som Honest Ads Act, som berör politiska nätannonser, dels att klassa vissa av företagens tjänster som allmännyttiga och därigenom försvåra fullständig monopolisering av dessa. Dock tycks dessa politiker fortfarande anse att konkreta förslag på att stycka upp megaplattformarna är ett alltför radikalt grepp. ■

46 Se figur 1 (s. 366) i Andersson Schwarz och Larssons gemensamma slutkapitel.

REFERENSER

Bot, Y. (2017). "Förslag till avgörande, mål C-210/16". *InfoCuria*, 24 oktober. [HTTP://CURIA.EUROPA.EU/JURIS/DOCUMENT/DOCUMENT.JSF?TEXT=&DOCID=195902&PAGEINDEX=0&DOCLANG=SV&MODE=LST&DIR=&OCC=FIRST&PART=1&CID=564716](http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=195902&pageindex=0&doclang=sv&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=564716)

Caves, K.W. & H.J. Singer (2018). "When the Econometrician Shrugged: Identifying and Plugging Gaps in the Consumer Welfare Standard". Working paper, George Mason Law Review. [HTTPS://SSRN.COM/ABSTRACT=3205518](https://ssrn.com/abstract=3205518)

Dahlgren, P. (2018). "Filterbubblor – ett hotfullt och vilseladande begrepp". I: Truedson, L. (red.) *Fejk, filter och faktaresistens – hotar sociala medier demokratin?*. Stockholm, Institutet för mediestudier, 39–70.

Davidsson, P. & A. Thoresson (2017). *Svenskarna och internet 2017*. Stockholm: IIS.

Depypere, L. (2014). "CJEU Google/AEPD: Google is a data controller and data subjects have the right to be forgotten". *Lexology*, blogginlägg skrivet för juristbyrån CMS Belgium, 27 maj. [HTTPS://WWW.LEXOLOGY.COM/LIBRARY/DETAIL.ASPX?G=87095F02-06BE-473B-978B-413650B157DA](https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=87095f02-06be-473b-978b-413650b157da)

Edwards, J. (2018). "Wikipedia suddenly lost a massive amount of traffic from Google". *Business Insider*, 12 augusti. [HTTPS://WWW.BUSINESSINSIDER.COM/WIKIPEDIA-SE-ES-TRAFFIC-FROM-GOOGLE-DECLINE-2015-8](https://www.businessinsider.com/wikipedia-se-es-traffic-from-google-decline-2015-8)

EU-kommissionen (2016). *Onlineplattformar och den digitala inre marknaden: Möjligheter och utmaningar för Europa*. Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, Rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt Regionkommittén. COM(2016) 288 final. 25 maj.

EU-kommissionen (2018a). *Digital Single Market Policy: Online Platforms*. Webbssida som sammanfattar EU-kommissionens policyinitiativ. [HTTPS://EC.EUROPA.EU/DIGITAL-SINGLE-MARKET/EN/POLICIES/ONLINE-PLATFORMS](https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/online-platforms) (hämtad 29/10 2018).

EU-kommissionen (2018b). "Ett EU som skyddar – Kommissionen stärker EU:s svar på olagligt innehåll online". Pressmeddelande, 1 mars. [HTTP://EUROPA.EU/RAPID/PRESS-RELEASE_IP-18-1169_SV.HTM](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-1169_SV.HTM)

EU-kommissionen (2018c). *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. 12 mars.

EU-kommissionen (2018d). "Bekämpande av desinformation online: kommissionen lägger fram EU-omfattande riktlinjer". Pressmeddelande, 26 april. [HTTP://EUROPA.EU/RAPID/PRESS-RELEASE_IP-18-3370_SV.HTM](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3370_SV.HTM)

EU-kommissionen (2018e). "Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services". COM(2018) 238 final. 2018/0112 (COD), 26 april. [HTTP://EC.EUROPA.EU/NEWSROOM/DAE/DOCUMENT.CFM?DOC_ID=51803](http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51803)

Europaparlamentet och Europarådet (2002). *Direktiv 2002/22/EG om samhällsomfattande tjänster och användares rättigheter avseende elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (direktiv om samhällsomfattande tjänster)*. 7 mars. [HTTP://EUR-LEX.EUROPA.EU/LEXURISERV/LEXURISERV.DO?URI=OJ:L:2002:108:0051:0077:SV:PDF](http://eur-lex.europa.eu/lexUriServ/lexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:108:0051:0077:SV:PDF)

Evans, P.C. & A. Gawer (2016). *The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey*. The Emerging Platform Economy Series. New York: Center for Global Enterprise. Januari.

News Media Association (2018). "Government Says Digital Services 'Pose Challenges' To Existing Competition Frameworks". Nyhetsinlägg, 26 juli. [HTTP://WWW.NEWSMEDIAUK.ORG/LATEST/GOVERNMENT-SAYS-DIGITAL-SERVICES-POSE-CHALLENGES-TO-EXISTING-COMPETITION-FRAMEWORKS](http://www.newsmediauk.org/latest/government-says-digital-services-pose-challenges-to-existing-competition-frameworks)

Peterson, T. (2018). "Google's GDPR consent plan could be a template for other tech giants". *Digiday UK*, 27 mars. [HTTPS://DIGIDAY.COM/MEDIA/GOOGLES-GDPR-CONSENT-PLAN-TEMPLATE-TECH-GIANTS/](https://digiday.com/media/googles-gdpr-consent-plan-template-tech-giants/)

Pinsent Masons (2013). "Google not always a 'data controller' of data processed by search engines, says legal advisor". *Out-Law.com*, 27 juni. [HTTPS://WWW.OUT-LAW.COM/EN/ARTICLES/2013/JUNE/GOOGLE-NOT-ALWAYS-A-DATA-CONTROLLER-OF-DATA-PROCESSED-BY-SEARCH-ENGINES-SAYS-LEGAL-ADVISOR2/](https://www.out-law.com/en/articles/2013/june/google-not-always-a-data-controller-of-data-processed-by-search-engines-says-legal-advisor2/)

Regeringskansliet (2018). "Förordning om onlinebaserade förmedlingstjänster". Faktapromemoria 2017/18:FPM97. 30 maj.

Sagers, C. (2018). "Ohio v. American Express: Clarence Thomas Sets Sail on a Sea of Doubt, and, Mirabile Dictu, It's Still a Bad Idea". *Pro Market: The blog of the Stigler Center at the University of Chicago Booth School of Business*, 27 juni. [HTTPS://PROMARKET.ORG/OHIO-V-AMERICAN-EXPRESS-CLARENCE-THOMAS-SETS-SAIL-SEA-DOUBT-MIRABILE-DICTU-STILL-BAD-IDEA/](https://promarket.org/ohio-v-american-express-clarence-thomas-sets-sail-sea-doubt-mirabile-dictu-still-bad-idea/)

Smith A. (2014). "What people like and dislike about Facebook". *Fact Tank*, Pew Research Center, 3 februari.

Sylvain, O. (2018). "Intermediary Design Duties". *50 Connecticut Law Review* 203; *Fordham Law Legal Studies Research Paper* No. 2997141. Uppdaterat 29 maj. [HTTPS://SSRN.COM/ABSTRACT=2997141](https://ssrn.com/abstract=2997141)

Turow, J. (2006). *Niche Envy: Marketing Discrimination in the Digital Age*. Cambridge, MA: MIT Press.

van Dijck, J., T. Poell, M. de Waal (2018). *The platform society: Public values in a connected world*. Oxford: Oxford University Press.

Washington Bytes (2018). "Will the Supreme Court's Amex Decision Shield Dominant Tech Platforms From Antitrust Scrutiny?" Gruppddebatt, *Forbes*, 18 juli. [HTTPS://WWW.FORBES.COM/SITES/WASHINGTONBYTES/2018/07/18/ANTITRUST-ENFORCEMENT-OF-DOMINANT-TECH-PLATFORMS-IN-THE-POST-AMERICAN-EXPRESS-WORLD/#47FC71992F76](https://www.forbes.com/sites/washingtonbytes/2018/07/18/antitrust-enforcement-of-dominant-tech-platforms-in-the-post-american-express-world/#47fc71992f76)

Wexler, C. (2015). "Bring Back the Office of Technology Assessment". *New York Times*, 28 maj. [HTTPS://WWW.NYTIMES.COM/ROOMFORDEBATE/2015/05/28/SCIENTISTS-CURBING-THE-ETHICAL-USE-OF-SCIENCE-BRING-BACK-THE-OFFICE-OF-TECHNOLOGY-ASSESSMENT](https://www.nytimes.com/roomfordebate/2015/05/28/scientists-curbing-the-ethical-use-of-science-bring-back-the-office-of-technology-assessment)

PLATTFORMS SAMHÄLLET

—

—

—

—

—

—

—

—

SLUTORD

—

—

—

—

—

—

—

” *Drömmen om det perfekt administrerade samhället – en tankefigur som är typisk för det moderna samhället – tycks leva kvar även i det till synes myllrande, tillåtande, sensoriskt överfulla postmoderna konsumtionssamhället.*

SAMMANFATTNING AV NULÄGET

Den här boken har kommit till eftersom vi redaktörer i grunden omfattar de effektivitetsökningar och nya möjligheter som digitaliseringen medför.

SAMTIDIGT SER VI det som att de tjänster och plattformar som existerar skulle kunna bli ännu bättre – det finns bättre balanser att uppnå när det gäller ansvarsfrågor och graden av transparens, det finns oförutsedda samhällseffekter som vi tillsammans behöver bli bättre på att både förstå och hantera. I mjukvarubranschen är det vanligt med så kallade ”bug hunts”, organiserade kollektiva försök att identifiera defekter, i syfte att förbättra den övergripande produkten.¹ Plattformskritiken i den här boken följer samma linje; förhoppningsvis har vi kollektivt lyckats identifiera en rad områden där plattformiseringen kan förbättras, med avseende på legitimitet, opartiskhet och tillförlitlighet. I det här slutordet tecknar vi de huvudlinjer vi ser i bokens olika bidrag, och kopplar dessa till en

1 Vi redaktörer vill tacka Jockum Hildén för den här sinnrika metaforen.

övergripande teori om teknisk kontroll, ekonomisk makt, informationstillgång och politiskt ansvar.

Vi har under de senaste tio åren gått mot ett allt mer bekvämt, användarvänligt och mobilt internet – där apparaterna är mer låsta och övervakade än 90-talets hemdatorer, och där mjukvarustrukturerna likaså är mer låsta, ofta med fjärrstyrda uppdateringar som användaren lydigt får anpassa sig till, och sluten programvara som i regel är mycket svårare att modifiera eller hacka än 90-talets programvara. En av oss skrev år 2010:

SAMMANFATTNINGSVIS ÄR DET uppenbart att flera tendenser samspelar mot ett mer institutionellt sanktionerat, reglerat, återerövrat Internet där (A) surfandet sker anonymiserat, kopplat till användarens verkliga identitet och kreditkort, (B) allt större delar av den fysiska infrastrukturen ägs eller kontrolleras av tjänste- och innehållsleverantörerna, (C) allt större delar av trafiken tas upp av strömmat audiovisuellt innehåll såsom video och onlinespel, (D) maskinerna är utrustade med unika adresser och är låsta vad gäller eventuell omprogrammering av användarna själva då varken programkod eller exekvering sker i den lokala maskinen, utan i datamolnet.²

Så här mot slutet av samma decennium är det uppenbart att det också har blivit på det här viset. Svenskarna är bland de mest uppkopplade folken i världen, och idoga användare av Apples, Facebooks och Alphabets produkter. Men ser vi till samhällsdebatten är det här en utveckling som i Sverige tycks ha gått ganska omärkligt förbi, jämfört med den omfattande samhällsdebatt som förekommer i andra länder som USA och Tyskland. På den internationella arenan har en rad namnkunniga forskare, journalister och debattörer under senare år lyft frågan om plattformsföretagens makt och inflytande: Zeynep Tufekci, Frank Pasquale, danah boyd, Tarleton Gillespie, Kate Crawford, Evgeny Morozov, James Bridle och Taina Bucher är bara några av namnen. En viktig anledning till att vi gjort den här boken är att lyfta dessa

2 Andersson (2010: 68-69)

som hotellindustrin och taximarknaderna ställts inför av boendeförmedlingstjänster som Airbnb och transportförmedlingstjänster som Uber kommer att träffa en rad marknader, inklusive försäkring och fastigheter – som visat sig vara mer trögörliga marknader.⁴

Insikter från bokens olika bidrag

ETT GENOMGÅENDE TEMA för den här boken är frågeställningen om hur vi som samhälle kan dra nytta av de många fördelar plattformar ger, och samtidigt klara av att hantera problematiska effekter och nya sårbarheter som byggs in i dessa infrastrukturer. Mycket av möjligheterna tecknas av Darja Isaksson och Henrik Blomgren i termer av att digitala plattformar hjälper oss att effektivisera användningen av resurser, oavsett om det handlar om musik, kod, fordon, kunskap, läkartid, lokalutrymmen eller annonspengar. Denna ”transformation” leder dock samtidigt till förändringar på exempelvis arbetsmarknaden för en rad professioner, inklusive välfärdssektorns organisering och finansiering. I korthet utmanar plattformsekonomin både lagstiftning, etablerade partsmodeller, värderingar och vanor. Problematiseringen av plattformssamhället är i linje med detta ett mångfacetterat tema som löper som en röd tråd i boken, dels med avseende på informationsinfrastrukturers funktionalitet (Fia Ewald, Amelia Andersdotter, Pär Lannerö, Jutta Haider, Olof Sundin), dels med avseende på den politiska akilleshälen som tycks finnas inbyggd i många av nätets plattformslösningar för medieinnehåll och diskursiva utbyten, som Isobel Hadley-Kamptz identifierar. En avslutande problematik vi lyfter i det här kapitlet är de praktiska möjligheterna till policyförändringar eller rättslig implementering när vi i Sverige är ett litet land och de stora plattformsförändringarna närmast är att likna vid globala tektoniska plattor av planetär storlek och betydelse.

4 För en empirisk studie av relationen mellan olika typer av regleringar och utvecklingen av Airbnb i Los Angeles, New York, London och Paris, se Gyódi (2018).

Presidentvalet i USA 2016 och Storbritanniens folkomröstning om utträde ur EU tidigare samma år skapade en vändpunkt i den engelskspråkiga samhällsdebatten, där just medieplattformarnas ansvar för samhällsdiskursen hamnat i fokus. Medieplattformar som Facebook är illustrativa inte bara för den politisk-ekonomiska plattformsproblematiken utan även för de synbara effekter som dessa plattformar har på medborgerlig och redaktionell politisk mobilisering. Plattformar för användardrivna utbyten är radikalt annorlunda än redaktionella medier; de är systemtekniskt öppna (exogena) och därmed manipulerbara på annat sätt än (endogena) redaktionella medier. Denna öppenhet är inte bara progressiv; den skapar möjligheter för enskilda aktörer att göra utsagor och andra kommunikativa utspel (fabricerade historier, ryktesspridning, läckor, virus) vilka kan få stora konsekvenser. Det går att göra en biologisk analogi: Sociala medier kan liknas vid oregerade nervsystem för snabb, systemöverskridande kommunikation där godartade signaler kan spridas, men där även illasinnade aktörer kan göra mikroskopiska, riktade, vassa injektioner av substanser med syfte att påverka samhällskroppen i stort. Möjligen kan samhällskroppen rustas mot substanser av det här slaget genom olika former av vaccin, för att fortsätta vår biologiska metafor. Proaktiva skydd mot desinformation skulle till exempel vara att stärka medborgarnas medvetenhet, vaksamhet och källkritiska kompetenser.⁵ Fia Ewald och Amelia Andersdotter vidgar begreppet informationssäkerhet till att innefatta just den här typen av kompetenser hos medborgare i allmänhet och i synnerhet myndighetsutövare av olika slag.

Det hyperpartiska innehåll som sprids av botnätverk indikerar en pågående trend av så kallat viralt innehåll som för det mesta är kortlivat, delbart, specialanpassat för mobila internetapparater och som accentuerar polariserade identiteter. Syftet tycks vara att balkanisera mediepubliken, att få den att fragmenteras utifrån moraliska och ideologiska skiljelinjer. Ett sätt att stävja detta vore rimligen att minska incitamenten för ekonomiska aktörer att tjäna pengar på stora volymer

5 Pamment m.fl. (2018).

av uppmärksamhet, oavsett kvaliteten på denna uppmärksamhet.⁶ En del av responsen på en kritik av storskaliga plattformars brist på ansvarstagande för oförutsedda effekter är också att koppla in mer av kvalitet – moderering, transparens, identifiering – till de storskaliga flödenas volymbaserade intäktskällor. En konsekvens av detta är att flera av plattformarna utvecklat egna normativa ställningstaganden (genom interna och externa policys och etiska ramverk) och även implementerat dessa ställningstaganden, exempelvis genom fler mänskliga granskare, mer detaljerad användarflaggning och alltmer automatiserad analys av användarinnehåll (se Stefan Larssons kapitel för en problematisering av automatiserad implementering av plattformspolicy, bl.a. genom att använda maskininlärning eller varianter av artificiell intelligens).

Möjligheterna att *retroaktivt* hindra farliga substanser från att sprida sig i samhällskroppen, givet medieplattformarna som nya, disruptiva system för blixtsnabb informationsspridning, är dock ofta begränsade. Därtill är individernas möjligheter att själva modifiera eller rucka på de infrastrukturella arrangemangen och avtalsmässiga ramarna för transaktionerna mycket begränsade; på plattformar som Facebook är det till exempel lättare att sprida hatpropaganda än länkar till upphovsrättskyddat material. På plattformar som Airbnb, där uppgifter som telefonnummer eller e-postadress är sådant som algoritmerna censurerar per automatik (för att hindra användare från att göra transaktioner utanför plattformen) stod det länge användarna helt fritt att själva välja att diskriminera varandra, exempelvis på etniska grunder.⁷

Samtidigt har plattformarna en slutenhet vad gäller deras underliggande mekanismer – det vill säga den datahantering och den information de begagnar sig av. Här är de att betrakta som ”svarta lådor” utan verklig insyn varken för samhällsforskare, lagstiftare och – kanske mest

-
- 6 I samband med botnätverk och kaskader av digital aktivitet som identifierades i samband med Brexit-omröstningen i Storbritannien blev det uppenbart att även vissa kvällstidningar medvetet försöker fabricera sådan aktivitet, till exempel (Bastos 2016, Bastos & Mercea 2017).
 - 7 Därav hashtags som #AirbnbWhileBlack och omfattande debatt om detta i varje fall i USA.

anmärkningsvärt – andra marknadsaktörer (reklamköpare, publicister och andra samarbetspartners).⁸ Insynen är villkorad. Säger megaplattformarna att de har siffror på något (tid, frekvens, kategorisering av användarna) så är det som att alla omgivande aktörer förutsätts lita på dessa siffror utan att beredas möjlighet att utvärdera om siffrorna faktiskt är tillförlitliga och giltiga. Hur ska till exempel reklamköpare kunna lita på att valutan är tillförlitlig om dess värde unilateralt bestäms av marknadsledaren? Hur ska lagstiftare och tillsynsmyndigheter kunna skapa god reglering eller idka en bra tillsyn om de inte får tillräckliga möjligheter att se hur saker och ting faktiskt förhåller dig? Vilka insikter om samhället och människan går egentligen förlorade på grund av att megaplattformarna bara tillåter sanktionerad vetenskap som inte utmanar deras övergripande affärsidéer? Jutta Haider och Olof Sundin pekar i sitt kapitel på hur detta försvårar även den historiska dokumentationen av det som äger rum på plattformarna. Stefan Larsson pekar i sitt kapitel ut betydelsen av rätt nivå av transparens – ett tämligen undflyende begrepp i gränslandet mellan AI-forskningens behov av förklarbarhet för autonoma processer, tillsynsmyndigheters behov av att kunna granska marknadens praktiker och plattformarnas behov av att hemlighålla sin proprietära kod och data gentemot konkurrenter och missbruk.

Senare i detta kapitel visar vi hur dessa dilemman alla härrör ur ett övergripande informationsproblem.

Vad gäller plattformar som begrepp har ekonomer å ena sidan en relativt strikt definition, medan datavetare å andra sidan har en annan, också ofta lika strikt definition. I den här antologin har vi inte begränsat oss till de ofta ganska formalistiska begreppsapparater som de ekonomiska respektive datavetenskapliga fälten har. Vi tar istället avstamp i rättsliga, sociologiska, ekonomihistoriska och medievetenskapliga diskussioner där frågor som huruvida en plattform verkligen upprättar en tvåsidig marknad eller är en vertikalt integrerad leveransmekanism blir

8 Pasquale (2015)



infrastrukturerna.²⁰ Som led i detta har uppkomsten av plattformsstrategier inom IKT-sektorn, datafieringen och den snabba expansionen av användardrivna mjukvarutjänster sedan millennieskiftet möjliggjort en sorts *infrastrukturering av plattformarna* – där många av plattformstjänsterna blivit samhällsbärande då de kommit att utgöra nya *de facto* standarder. Inte minst ur policysynvinkel är det därför vitalt att förstå hur de ”systembyggare” som dominerade gamla tiders infrastrukturer (ofta statliga monopol) har börjat ersättas av ”ekosystembyggare” som utnyttjar digital programmerbarhet och sammankoppling för att uppnå kontroll, snarare än att förlita sig på direkt handhavande och tillhandahållande. Digitala plattformslösningar konfigurerar världen runt om oss, i rasande takt. Vårt syfte med den här boken har varit att förstå detta som en form av reglering, och därigenom försöka bidra till konkreta förslag till mer demokratisk insyn och medborgerlig delaktighet i denna process.

Måttstockarna för konkurrenshämmande beteende har länge varit dåligt anpassade för den digitala verkligheten, där värdekedjor ersätts av värdenätverk och integrering sker i form av plattformar som anropar andra plattformar, och där plattformar ibland bygger på andra plattformar eller överlappar med dem, eller ibland tycks vara systemtekniskt fristående men måhända ändå delar ägare och därmed även kan dela datakällor. Därtill, när tjänsterna är gratis, blir konsumenternas köpkraft en otymplig måttstock; forskare som Tim Wu har i stället föreslagit att kognitiv uppmärksamhet (helt enkelt räknat i tid) är den begränsade vara som konkurrenslagstiftningen bör utgå från, när det gäller dessa aktörer.²¹

Vi ser alltså hur hela marknader kan ”formateras” när olika typer av algoritmiska lösningar blir branschstandard. Detta kan uttryckas med begrepp som standardisering, homogenisering och institutionell isomorfism.²² Plattformar kännetecknas av en paradoxal logik: De slits mellan en tillåtande tendens mot generativa, demokratiska

20 Plantin m.fl. (2018: 306-307).

21 Wu (2017). Se även Webster (2014),

22 Caplan & boyd (2018), Martens (2016: 12), Cohen (2016: 374).

regel nationellt bundna (företagets fysiska säte får bäring på dess juridiska tillhörighet) och deras kundavtal jämförelsevis strikt reglerade, medan plattformar som Twitter, Instagram och Wikipedia har formella hemvister i USA, och därmed åtnjuter landets safe harbor-lagstiftning, men har användare i alla möjliga länder, bundna av i jämförelsevis godtyckliga användaravtal (se Lannerös kapitel) där de lokala lagrummen kan skilja sig åt rejält. Därför har dessa transnationellt verksamma plattformsföretag fått utforma sina egna interna policyer beträffande hur de ska hantera enskilda nationella juridiska krav på borttagning av material och så vidare.²⁸

Plattformar som (geo)politiskt fenomen

VAN DIJCK M.FL.²⁹ menar att plattformiseringen, i varje fall som den ser ut idag, i många avseenden är en sorts fördjupning av privatiseringen. Dels ser vi att uppgifter och åtaganden som tidigare varit ålagda det offentliga läggs hos privata utförare (skola, vård, rättssystem, polisväsende, transporter och så vidare). Plattformisering är en konsolidering av denna trend, i att det privata utförandet permanenteras i proprietära infrastrukturer – bokstavligen talat. Dels ser vi att helt nya sfärer, som frammanats genom digital innovation inom den privata sektorn, blir så betydande för hela samhällsbygget att de blir offentliga angelägenheter. Facebooks roll inom opinionsbildning och politisk påverkan är det förmodligen mest iögonfallande exemplet. Då Europa har en helt annan politisk tradition där mycket större tonvikt lagts på det offentliga blir friktionen mellan dessa privata aktörer och idén om samhällsnytta och offentligt ansvarstagande i vissa avseenden mycket mer explosiv här. Andersson Schwarz tar i sitt kapitel fasta på de regleringspolitiska skillnaderna mellan USA och EU.

28 Gillespie (2018: 36–37).

29 Van Dijck m.fl. 2018.

Van Dijck och hennes kollegor tydliggör dessutom hur det finns en motstridighet i hur de tekniska lösningarna nästan alltid är privata men i praktiken har effekter på värden och intressen som är angelägenheter för hela samhället (en pendelrörelse mellan det offentliga och det privata med andra ord). Plattformslogikens fokus på att koppla ihop aktörer (de kallar detta *konnektivitet*) övergår inte automatiskt i faktiska upplevelser av gemenskap (det vill säga *kollektivitet*).

De fyra områden som van Dijck m.fl. fokuserar på är alla sektorer som var och en i Europa historiskt sett varit bekostade helt eller delvis av offentliga medel: kollektivtrafik, public service-medier, folkhälsovård och allmän utbildning (figur 2). Det är knappast tillfälligt att just dessa områden utpekas av förespråkare för privatisering som givna mål för ”plattformslösningar”. I USA är samtliga dessa sektorer sedan länge grundligt genomsyrade av privata aktörer, dock är konkurrensen kringskuren då det rör sig om marknader med väldigt höga trösklar för nyetablering vilket gör att dessa nominellt ”kommersiella” marknader egentligen domineras av enskilda storföretag och närmast är att likna vid korporativistiska lösningar. Att nästa logiska steg därför anses vara ytterligare fördjupad automatisering och konsolidering är helt synkron med denna privata företagslogik. Det kan därför ses som en förlängning av den korporativistiska privatiseringen.

kräver att egenmäktigt censurera det fria ordet. Inget av dessa scenarion är att föredra; en gyllene medelväg måste hittas.

Vi står vid en egendomlig historisk brytpunkt, där allmänhetens röst – med Brexit och Trump i färskt minne – å ena sidan tycks ha affirmerats och getts exempellöst fria tyglar, men å andra sidan blivit administrerad så till den grad att ”plattformar” i dagligt tal inte längre handlar om platser för samråd och uttryck av folkets vilja³⁰ utan i stället är mät- och kontrollsystem för kommersiellt gångbara beteenden samt återkopplingsystem för individuella njutnings- och nyttomaximerande stimuli. Det handlar inte längre om att de politiskt styrande ska få förtrogenhet med allmänhetens rådande passioner, utan snarare om ett frikopplat kapitalistiskt annex av globala storföretag som ges denna förtrogenhet.

De geopolitiska aspekterna är ofta återkommande: Vi ser ett Ryssland och en transnationell vit makt-rörelse som militariserar de öppna och lättmanipulerbara sociala medieplattformarna, något som Hadley-Kamptz utvecklar i sitt kapitel. Vi ser hur det inte är helt oproblematiskt att använda den rådande kapitalistiskt inriktade informationstekniken i samhällsnyttiga syften, som Lannerö, Hildén och Forsman visar i sina respektive kapitel. Ewald och Andersdotter visar hur mångfaceterade de informationstekniska hoten är mot ett öppet och välfungerande tillitssamhälle som det svenska. Och vi ser ett Kina vars auktoritära sätt att administrera befolkningens konsumtionslystnad och njutnings- och nyttomaximerande digitala tjänster är en modell för social kontroll som även somliga aktörer i väst blickar mot. Drömmen om det perfekt administrerade samhället – en tankefigur som är typisk för det moderna samhället – tycks leva kvar även i det till synes myllrande, tillåtande, sensoriskt överfulla postmoderna konsumtionssamhället. Nog är förhoppningarna många inom såväl försäkrings- och konsumentkreditbranscherna som inom skolväsende, sjukvård och transport att om vi bara kunde mäta individer tillräckligt väl, tillräckligt tillförlitligt och finkornigt, så skulle effektiviteten förbättras avsevärt?

30 Jfr Taylor (2014)



De senaste åren har kännetecknats av en sorts digital kapprustning – där cyberkrigföring, informationssäkerhet, signalspaning, övervakning av medborgare, och militarisering av de sociala medierna är centrala komponenter i en sorts statskapitalistisk apparat som handlar lika mycket om påverkan och kontroll av civila som rent militära mål. Tar vi vår närmsta regionala omgivning som utgångspunkt ser vi en EU-kommission som slår ner på amerikanska megaplattformar – där man kan fråga sig om de handelspolitiska bevekelsegrunderna är präglade av ett betydande mått av protektionism (EU producerar ju nästan inga plattformar; våra medborgare är i första hand konsumenter av dessa i huvudsak amerikanska produkter³¹). Vi ser ett EU-parlament som röstar igenom lagförslag om reella begränsningar av nätets öppenhet i syfte att tjäna upphovsrättsindustrin – och, som led i detta, ökade inslag av moderering av de digitala plattformarna. Vi ser alltså tendenser även inom EU att låta säkerhetspolitiska, handelsfrämjande och regionalt innovationsgynnande överväganden trumfa idéer om social omsorg³² vilket kan föranleda lagstiftning som tvingar megaplattformarna att börja förhandsgranska, filtrera och censurera befolkningens digitala uttryck och förehavanden. Över dessa scenarion vilar skuggan av ett framtida övervakningssamhälle utan motstycke. Det tillhör varje demokratiskt och liberalt sinnad individs plikt att vara vaksam mot dessa tendenser.

» **Plattformar kännetecknas av en paradoxal logik: De slits mellan en tillåtande tendens mot generativa, demokratiska innovationer och en begränsande tendens som svarar mot behovet av att standardisera marknader genom infrastrukturell kontroll.**

31 Evans & Gawer (2016)

32 Freedman (2018)



SLUTSATSER

Informationsproblemet

VETSKAPEN OM FAKTISKA priser på utbud och arbetskraft samt om konsumenters förmåga och betalningsvilja är så utspridd och nyckfull att även den mest uttömmande myndighetsutövning aldrig kan komma att få tillgång till allt. Ingen enskild person vet allt om hur varor och tjänster i en ekonomi ska prissättas. Ingen central beslutsfattare kan förstå de ofta motsägelsefulla och svårförutsägbara preferenser, kunskaper och värderingar som resulterar i olika individers köpkraft. Marknadsinformation är en typisk form av *distribuerad* (det vill säga väldigt utspridd och granulär) kunskap.³³ En följd av detta är att väldigt mycket ekonomisk forskning har kommit att inrikta sig på just informationsproblem inom marknader, där prissättning kommit att förstås informationsteoretiskt, som en typisk signal om marknadsläget. För att kollektivt delade överenskommelser om faktisk marknadsmässig prissättning (det vill säga, teoretiskt sett, jämviktslägen mellan utbud och efterfrågan) ska vara rättvisande så behövs transparens, det vill säga att de inblandade marknadsparterna redovisar sina önskemål och krav och att alla parter har möjlighet att kunna upplysa sig själva om rådande marknadsläge.

En ideologisk konsekvens av denna insikt under 1900-talets andra halva var att centralplanering inom allt fler samhällen kom att ses som ett suboptimalt styrmedel; det var lätt att peka på ineffektiva samhällsbyggen inom Warszawapakten, Kina och andra statssocialistiska system och konstatera att planekonomi inte bara var odemokratiskt utan även, kanske framför allt, ineffektivt.

33 Dessa insikter formulerades huvudsakligen av Hayek (1945), som slutord till den så kallade "kalkyleringsdebatten" på 1920- och 30-talet mellan Ludwig von Mises och Oskar Lange.



Men nu lever vi i en tid där vi ser kommersiell massövervakning i otaliga varianter, där enorma databaser över beteendedata ackumuleras i realtid och där automatiserad maskininläring möjliggör för storskaliga aktörer att se mönster och dra strategiska slutsatser av de marknader som äger rum och digitalt spåras och mäts. Med andra ord har möjligheten till central planering återuppstått – den här gången i skepnad av massiva företag med enormt utspridd global närvaro. Genom att logga och analysera miljarder transaktioner har Amazon intim detaljkunskap om alla sina kunder och leverantörer. Företaget kan noggrant kalibrera den information de visar så att köparna vallas i vissa riktningar, mot vissa produkter eller köpbeteenden, medan företaget kan matcha de säljare som agerar på dess plattform genom att erbjuda ännu billigare egna erbjudanden. Facebook och Google eftersträvar en sorts informationsomnipotent, allvetande position där användarnas känslor, värderingar och önskemål ska kunna förutsägas genom att företagen profilerar nästan alla som använder deras tjänster, och sedan utnyttja denna massiva data för att spåra användare – inte bara på webben utan i den fysiska världen likväl – i syfte att rikta skraddarsydda annonser och erbjudanden till dem.

Eller så lyder åtminstone myten. Vi kan inte med säkerhet veta om detta stämmer, eftersom vi inte bereds någon egentlig insyn i datans faktiska beskaffenhet. Värdet på mycket av denna data fastställs i praktiken egenmäktigt av enskilda aktörer i centraliserade, slutna silos.

Samtidigt är det viktigt att påpeka att det inte rör sig om planekonomier i regelrätt mening. Snarare är plattformarna att betrakta som spelplaner på vilka marknadsutbyten kan utspela sig; dessa utbyten är inte helt förutsägbara i varje individuellt tillfälle (exakt vem som köper av vem går inte att förutsäga) men har stora mått av förutsägbarhet på det aggregerade planet (statistiskt sett kan plattformsföretaget vara relativt säkert på att ”ungefär så här många transaktioner kommer att ske idag”).

Den senaste kapprustningen kan sägas handla om kompetens kring artificiell intelligens – vilket sker över både statliga och privatiserade fält.

Detta hänger samman med utvecklingen av processorkraft samtidigt som de enorma mängder data som datafieringen av den mänskliga tillvaron möjliggjort att utvecklingen av algoritmer tagit stora språng på kort tid. Den datadrivna maskininlärningens förmågor att klassificera och lösa en viss typ av problem har över de senaste 5–10 åren överraskat även många av algoritmsforskarna inom fältet. Maskininlärning, neurala nätverk och andra närliggande varianter av artificiell intelligens som naturlig språkanalys och de relativt nyligen utvecklade metoderna för s.k. Generativa Adverserierella Nätverk (GAN) har därmed identifierats att ha enorm potential för en rad datatunga verksamheter. En rad tillämpningar inom konsumentmarknader blir tydliga, som i rekommendationstjänster, i riskbedömning för både finansiella tjänster och försäkringar, eller för diagnostik och s.k. precisionsmedicin.

En utmaning för allt mer sofistikerad dataanvändning och lärande algoritmer ligger i hur man förstår och förklarar det utfall som de leder till. Processen kan vara svårbedömd även för den som utvecklar den, även om resultatet är bra. Om man därtill lägger på ett lager av marknads-komplexitet och direkt motstående intressen med proprietär mjukvara så uppstår en utmanande transparensfråga, speciellt i relation till när plattformar måste göra normativa val, det vill säga när de måste ta ställning till om de vill reproducera samhället i all sin partiskhet, med risk för att de även förstärker rådande skevheter, eller om de ska försöka motverka dessa samhälleliga skevheter.³⁴ Stefan Larsson har uttryckt det på annan plats med en fråga kring normativitet: ”Ska man reproducera världen som den är eller som man eftersträvar att den ska vara? Och vems framtidsvilja avser man?”³⁵

Utifrån de insikter som ges i denna bok är det uppenbart att det inte går för en plattformsaktör att vara neutral och aktiv på samma gång. Man kan rentav fråga sig om en plattformsaktör över huvud taget kan vara neutral. Vem är det som avgöra vad som ska räknas som den neutrala,

34 Se exempelvis Zou & Schiebingers kommentar i Nature (18 juli 2018): ”AI can be sexist and racist — it’s time to make it fair”.

35 Larsson (2018).



av medborgarna på sätt som varken är juridiskt eller tekniskt transparenta eller demokratiskt försvarbara.

Det finns en dubbelhet i det informationsproblem som plattformarna upprättar, som Andersson Schwarz påpekat tidigare:

GENOM DEN AUTOMATISERADE övervakning som dessa aktörer satt i system upprättas data som kan visa sig vara både integritetskränkande och marknadsstörande, men som samtidigt kan vara mycket behjälplig även för samhällsbyggande syften. [...] det finns ett informationsproblem avseende hur denna data är beskaffad – det är mycket svårt för utomstående aktörer att uppskatta dess finkornighet och potentiella användningsområden. (ANDERSSON SCHWARZ 2016: 147)

Som det ser ut idag ges externa aktörer otillräcklig möjlighet att effektivt kunna uppskatta hur plattformarnas funktionella suveränitet³⁷ faktiskt är beskaffad. Hur ingående och omfattande är deras övervakning *egentligen*? Hur välgrundade är deras redovisade siffror *egentligen*? Hur välmotiverade är deras kategoriseringar och rankingar av individer och fenomen *egentligen*? Följaktligen: Bereds andra berörda parter möjlighet att få tillräckliga underlag beträffande hur välmotiverade dessa företags faktiska beslut och samhällspåverkande interventioner egentligen är? Rimligtvis minskar risken för framtida överreglering om lagstiftare och andra policyprofessionella bereds bättre insyn i hur plattformarna är beskaffade.³⁸ Notera att detta inte är samma sak som att säga att staten vill få tillgång till datan som sådan, utan snarare att myndighetsaktörer, likväl som aktörer inom civilsamhället, bör kunna ställa krav på att datan är vederhäftig, korrekt, tillbörligt insamlad – och bör få möjlighet att veta vilka potentiellt skadliga och potentiellt gynnsamma externaliteter användningen av den kan tänkas ge för det omgivande samhället. I förlängningen av den automatiserade datahanteringen finns även en ny nivå av tillsynsutmaning i takt med

37 Se Pasquale (2018) för en redogörelse av detta begrepp.

38 Se exv. vår diskussion i Larsson & Andersson Schwarz (2018) i relation till Gyódis empiriska studie av Airbnb och olika typer av regleringar i olika städer.

att marknadspraktiker blir alltmer autonomt ”lärande” – exempelvis i individualiserade tjänster eller marknadsföring som i teorin kan ha ett extremt distribuerat, individuellt utfall. Att se eventuella otillbörliga mönster eller strukturella skevheter kan ligga i både lagstiftares, myndigheters – men även plattformsaktörers intresse eftersom utfallet och därmed konsekvenserna annars kan vara oförutsedda.³⁹

I Tyskland har Matthias Spielkamp, medgrundare till den icke-vinstdrivande aktivistiska organisationen AlgorithmWatch,⁴⁰ förespråkat en sorts fristående observation av algoritmiska infrastrukturer, i syfte att utbilda allmänheten kring sätt att överlista dessa och avkräva plattformsaktörer större ansvarstagande. Medan många forskare⁴¹ ifrågasätter genomförbarheten vad gäller algoritmisk transparens förordar Spielkamp en mer pragmatisk ansats.⁴² Han förlitar sig på journalistiska sätt att gräva fram kopplingar mellan algoritmiska infrastrukturer och deras omvärld, samt mer aktivistiska metoder såsom exempelvis ”reverse engineering” (metoder av det här slaget återfinns idag oftare bland hackers och medborgarforskare än bland etablerade forskare). Samtidigt varnar han för total transparens; dels utifrån etiska och integritetsmässiga aspekter, dels utifrån risken för algoritmisk kapprustning: Ifall omgivande aktörer räknar ut hur en algoritm fungerar och därmed anpassar sina beteenden, så riskerar det att förmå de algoritmiska aktörerna att sluta sig ännu mer och göra sina infrastrukturer ännu mindre överskådliga och förutsägbara.

Forskningsledaren Laura Crommelin och hennes kollegor, som studerat Airbnb på bland annat den australiensiska marknaden,⁴³ konstaterar torrt att om plattformsföretag som Airbnb verkligen vore angelägna att ”dela”, som det ofta hävdas i den retorik som syftar till att bejaka plattformiseringen, borde de i mycket högre grad än idag dela med sig

39 Se Larsson (2019).

40 [HTTPS://ALGORITHMWATCH.ORG/](https://algorithmwatch.org/)

41 Exempelvis Diakopoulos (2016), Lynch (2017), Ananny och Crawford (2018).

42 Spielkamp (2016)

43 Crommelin m.fl. (2018)

- öppna standarder – för att undvika att gemensamma infrastrukturella standarder ”kidnappas” av proprietära aktörer med maktanspråk
- dataportabilitet – som måste samtidigt främjas aktivt, för att maximera effektivitet och att den faktiskt genomförs och efterlevs.

Även om ett visst inslag av efterlevnad (*compliance*) behövs för att upprätthålla sådana här medel, så bör de samtidigt inte tvingas på olika aktörer. De specifika medel som föreskrivs kan ju visa sig vara suboptimala jämfört med alternativa medel. Bättre då med ett kontrollerat marknadsförfarande så att sund konkurrens förekommer även bland de olika medlen, så att aktörer väljer att anamma de medel de finner mest användbara – med minimalt inslag av tvång från dominanta aktörer.

- 2 Vi bör främja infrastrukturer som bättre tydliggör användarens ställningstaganden och därmed låter denne göra aktiva och medvetna val. Vi behöver infrastruktur med tillräcklig öppenhet och rätt nivåer av transparens som möjliggör innovation och fria marknader (det vill säga inte allt för villkorade av infrastrukturens ägare), parallellt med mekanismer som bättre säkrar medborgarnas tillit till systemet (enskilda individer kan inte vara medvetna om alla externaliteter och val som kan göras).
- 3 Egenmäktig censur från statens håll är inte att föredra, och inte heller egenmäktig censur från privata monopolisters håll. Därför behövs sinnrika system där tredjepartsaktörer spelar en nyckelroll. Det kan antingen vara i syfte att utvärdera och ställa megaplattformarna till svars (till exempel faktagranskare såsom Viralgranskaren), eller i syfte att utgöra livskraftiga infrastrukturella konkurrenter till de marknadsdominanta aktörerna (till exempel systemtjänster som BankID).

Rop har höjts på större *nationell samordning och reglering av infrastruktur*. I likhet med hur BankID är en i stora drag välfungerande, nationellt baserad plattformslignande infrastruktur som drivs av ett konsortium av



nationella företag, så skulle man kunna skissera en nationell eller regional plattform för anonymiserad användardata, gemensamt delad och gemensamt ägd av de konventionella medieföretagen, som motpol till Googles och Facebooks globala duopol.⁴⁵ Den globala marknaden för så kallad programmatisk annonsering (riktade digitala annonser) är notoriskt ogenomskinlig och svåröverskådlig, något som förefaller gynna rader av aktörer som agerar mellanhänder utan synbar adderad nytta. Därför bör existerande branschammanslutningar såsom Sveriges annonsörer och mediebyråer göra gemensam sak och avkräva bättre insyn beträffande den faktiska fördelningen av pengarna som spenderas av annonsören: Enligt tidningen The Guardian är det inte ovanligt att mer än 70 procent av pengarna för en annons går till diverse mellanhänder⁴⁶ och ännu större frågetecken finns kring hur många av de påstådda annonsvisningarna online som är helt falska⁴⁷ samt hur stor och hur bra den påstådda räckenvidden faktiskt är, även bland de aktörer som anses legitima.⁴⁸

Vad beträffar patientdata och annan vård- och omsorgsrelaterad data skulle man kunna tänka sig att SKL ökade sitt mandat och införde striktare förbehållsregler för hur plattformssaktörer ska kunna bruka denna extremt integritetskänsliga data; kanske ett statligt drivet clearinghouse som garanterar anonymisering i flera led kan vara ett sätt att säkra utbytet även här?

Michael Forsman skriver om så kallade lärplattformar och den paradox vi ser, att lärare ofta sägs behöva ges mer egenmakt, valfrihet och därtill verktyg för att hjälpa eleverna att utveckla sitt kritiska tänkande – men i verkligheten erbjuds en liten uppsättning färdigformulerade infrastrukturer, med små reella möjligheter till eget inflytande och valfrihet. Företrädare för skolväsendet har frågat rakt ut: Varför erbjuder inte Skolverket alla skolor en aggregerad plattform (GDPR-säkrad) som kan

45 Se Andersson Schwarz kapitel.

46 Mycket beror förstås på – inte minst om publicisten i fråga har möjlighet att driva sin egen demand-side platform (DSP). Se Benes (2016).

47 Perrin (2018)

48 Maheshwari (2017)

användas till dokumentation och som tar hänsyn till frågan om lärares ökade dokumentationsbörda (det vill säga anger en miniminivå), och som skulle kunna följa en nationell standard? Detta skulle inte vara helt olikt det befintliga administrativa systemet Ladok inom högskolan, vilket syftar till att garantera rättssäkerhet, jämförbarhet och inte minst portabilitet för eleverna själva, då de kan ta med sig sin data i händelse av att de till exempel vill byta skola – vilket trots allt är tanken med det fria skolvalet. Det här är ett exempel på hur plattformisering möter en traditionell samhällsfunktion.

I vilket avseende är förslag som dessa att betrakta som liberala? De är synkrona med liberalism i så måtto att detta, som vi har förklarat ovan, rör sig om infrastruktur. Universellt delad infrastruktur, med garanterad kompatibilitet och, framför allt, resiliens, är en grogrund och en garant för fria marknader. Det är tack vare universella tjänster och system – pengar, vägar, språk – som ett samhälle kan byggas. Driften av universella system måste inte nödvändigtvis vara statliga – men om de arrangeras av privata utförare måste dessa vara extremt väl reglerade, för att garantera just universalitet och resiliens. Just digitala plattformar drivs, som vi har sett, påfallande ofta privat, och just dessa plattformars infrastrukturella betydelse för samhällsbyggnaden – och i förlängningen för den ekonomiska tillväxten – är ett argument för att reglera dem bättre, om än inte nödvändigtvis mer. Snarare än huruvida de bör vara *mer* eller *mindre* reglerade bör frågan handla om huruvida de blir *bättre* hellre än *sämre* reglerade. ”Bättre enligt vem” är givetvis en följdfråga, som föranleder det vi pekar på ovan – bättre transparens, insyn, möjlighet till kritisk utvärdering av plattformiseringen, i syfte att öppna upp för bred politisk debatt om vad vi gemensamt vill uppnå. Märk väl: Plattformarna reglerar redan allt större delar av världen. Vår önskan är att den egenmakt med vilken dessa privata aktörer gör det (deras funktionella suveränitet) ska balanseras med mer demokratiska och samhällsnyttiga anspråk, inte minst i syfte att stävja de *market failures* som annars kan komma att uppstå.

Även utifrån ett samtyckesperspektiv förefaller bättre reglering vara påkallad; detta kan delvis uppnås genom lagstiftning som den som genomförts i EU och i Kalifornien, men den kan också uppnås genom en sundare incitamentsstruktur som skapas om man bygger tjänster som baseras på möjligheten för användare att göra konkreta, medvetna, aktiva och rimligt överblickbara val att välja att bli övervakade, snarare än den hemliga och överblickbara övervakning som verkar vara normen för många plattformssaktörer. De tyska exemplen Payback och Deutschlandcard är upplysande: Det rör sig om kommersiella företag vilka erbjuder medlemskort för olika former av rabatter och kundbonus när användaren drar kortet i butiken i samband med köp. Skillnaden mellan den typen av kundkort och de redan befintliga bonusprogram som stora butikskedjor eller kreditkortsföretag driver kan tyckas marginell, men det finns en avgörande principiell skillnad mellan att *aktivt och avsiktligt* dra kortet i samband med köp och att bli övervakad *utan att i praktiken själv fullt ut veta om det eller ge samtycke till det*. Här finns en lärdom att dra, även för entreprenörer: Kan övervakningen av kunderna göras ännu tydligare och ärligare så upplevs detta rimligtvis som en stor fördel bland många konsumenter. Det vill säga, en legitim nivå av transparens kan stärka tilliten. Vi är tillbaka i detta kapitels början: Det kan antas vara positivt inverkan på marknadslogiken och ger lägre transaktionskostnader med en centralt placerad mellanhand som ger universell service tvärs över olika företags erbjudanden, så länge denne aktör är reglerad i så måtto att den inte kan missbruka sin centraliserade ställning – och så länge de samarbetade företagen inte står i beroendeställning gentemot denne aktör.

Facebook har redan upparbetat organiserade samarbeten med certifierade faktagranskningsorganisationer, som hjälper företaget med att flagga innehåll som har tveksam eller rentav obefintlig sanningshalt. Tanken är mycket god med den här typen av tredjepartssystem, och de skulle kunna utökas till att handla om medborgerlig och regleringsmöjliggörande insyn även i algoritmernas sätt att fungera. Ett exempel skulle kunna vara en nationellt gemensam *task force* av aktörer under en

samordnade myndighet (förslagsvis MSB) som utarbetar riktlinjer för olika katastrofscenarier, inte minst givet samhällets ökande sårbarhet för cyberattacker och desinformation. När extraordinära händelser med samhällsavgörande betydelse inträffar, brukar megaplattformar med infrastrukturella ambitioner införa ”digitala undantagstillstånd” – Uber tillämpar så kallad ”surge pricing” vid plötsligt ökande efterfrågan, och Facebook tillämpar ett person-till-person-larmsystem där användare som befinner sig i ett katastrofområde kan indikera till sina vänner att de är ”i säkerhet”. Samhället skulle kunna ställa krav på att sådana här ”undantagstillstånd” endast får utfärdas efter att ha verifierats av ett tredjeparts-kontrollsystem. Risken är annars att sådana här undantagstillstånd utropas felaktigt, eller används för icke-vederhäftiga ändamål. I extrema fall kan det röra sig om diktatoriska stater där undantagstillstånd utnyttjas av de styrande eliterna i samhället. Sverige skulle tillsammans med andra utvalda demokratiska länder kunna utarbeta system av det här slaget, som på sikt skulle kunna bli föredömen även för andra länder.

Allt för ofta blir svaren när den här typen av strukturell kritik anförs att uppdraget inte ingår i regleringsbrev för de berörda myndigheterna, eller att vi i Sverige varken kan eller bör ens försöka detaljreglera. Men upphandlingsregler och regleringsbrev är levande dokument som behöver följa med sin tid, vilket föranleder att departement och utredare bör se över hur instruktionerna till tillsynsmyndigheter faktiskt ser ut. Och menar vi allvar med vår självbild av att se Sverige som en föregångsnation så bör vi se över våra egna möjligheter till innovativa regleringslösningar som kan bli stilbildande även för långt större länder i vår omvärld. ■



van Dijck, J., Poell, T., de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connected world*. Oxford: Oxford University Press.

Dwoskin, E. (2018). "Facebook is rating the trustworthiness of its users on a scale from zero to 1". Washington Post, 21 augusti. [HTTPS://WWW.WASHINGTONPOST.COM/TECHNOLOGY/2018/08/21/FACEBOOK-IS-RATING-TRUSTWORTHINESS-ITS-USERS-SCALE-ZERO-ONE/](https://www.washingtonpost.com/technology/2018/08/21/facebook-is-rating-trustworthiness-its-users-scale-zero-one/)

Eaton, B., S. Elaluf-Calderwood, C. Sorensen, & Y. Yoo. (2015). "Distributed Tuning of Boundary Resources: The Case of Apple's iOS Service System." *MIS Quarterly* 39 (1): 217–243.

Evans, P.C. & A. Gawer. (2016). *The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey*. The Emerging Platform Economy Series. New York: Center for Global Enterprise. Januari.

Fleischer, R., & Snickars, P. (2017). "Discovering Spotify—A Thematic Introduction". *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 9(2): 130–145.

Fleischer, R., & Snickars, P. (2018). *Den svenska enhörningen: Storyn om Spotify*. Stockholm: Mondial.

Freedman, D. (2018). "Populism and media policy failure". *European Journal of Communication*. 10.1177/0267323118790156

Gillespie, T. (2010). "The Politics of 'Platforms'". *New Media & Society*, 12(3): 347–364.

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet*. New Haven, CT: Yale University Press.

von Hayek, F. (1945) *The Road to Serfdom*. Institute of Economic Affairs.

Gyódi, K. (2018) "Regulating Airbnb in the EU and US: An empirical study", i Larsson, S. & Andersson Schwarz, J. (red. 2018) *Developing Platform Economies. A European Policy Landscape*. Brussels and Stockholm: European Liberal Forum asbl and Fores.

Helberger, N. (2011). "Diversity by design". *Journal of Information Policy*, 1, 441–469.

Hovenkamp, E. (2018). "Antitrust Policy for Two-Sided Markets". Working paper. [HTTPS://SSRN.COM/ABSTRACT=3121481](https://ssrn.com/abstract=3121481)

Jakobsson, P. (2012). *Öppenhetsindustrin. Doktorsavhandling, Örebro universitet och Södertörns högskola*.

Khan, L. (2017). "Amazon's Antitrust Paradox". *Yale Law Journal*, 126(3).

Larsson, S. (2019). "Artificiell intelligens som normativ samhällsutmaning: partiskhet, ansvar och transparens", i Banakar et al. Lund: Juristförlaget.

Larsson, S. (2018) "Sjyst AI och normativ design", i Akenine, D. & Stier, J. (red.) *Människor och AI*. Stockholm: AddAI.

Larsson, S. & Andersson Schwarz, J. (red. 2018) *Developing Platform Economies. A European Policy Landscape*. Bryssel och Stockholm: European Liberal Forum och Fores.

Lynch, C. (2017). "Stewardship in the 'Age of Algorithms'". *First Monday*, 22(12). DOI:10.5210/fm.v22i12.8097

Maheshwari, S. (2017). "Chase Had Ads on 400,000 Sites. Then on Just 5,000. Same Results". *New York Times*, 29 mars. [HTTPS://WWW.NYTIMES.COM/2017/03/29/BUSINESS/CHASE-ADS-YOUTUBE-FAKE-NEWS-OFFENSIVE-VIDEOS.HTML](https://www.nytimes.com/2017/03/29/business/chase-ads-youtube-fake-news-offensive-videos.html)



Malik, M.M. & J. Pfeffer (2016). "A Macroscopic Analysis of News Content in Twitter". *Digital Journalism*, 4(8): 955-979.

Martens, B. (2016). "An Economic Policy Perspective on Online Platforms." Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy, Working Paper 2016/05. JRC101501.

Mellon, J. & C. Prosser (2017). "Twitter and Facebook are not representative of the general population: Political attitudes and demographics of British social media users". *Research and Politics*, 4(3).

Pamment, J., H. Nothhaft, H. Agardh-Twetman, A. Fjällhed (2018). *Countering Information Influence Activities: The State of the Art*. Rapport nr MSB1261. Karlstad: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Perrin, N. (2018). "Ad Fraud Still Plagues Digital Media's Supply Chain". EMarketer, 8 augusti. [HTTPS://WWW.EMARKETER.COM/CONTENT/AD-FRAUD-STILL-PLAGUES-DIGITAL-MEDIA-S-SUPPLY-CHAIN](https://www.emarketer.com/content/ad-fraud-still-plagues-digital-media-s-supply-chain)

Plantin, J.-C., C. Lagoze, P.N. Edwards & C. Sandvig (2018). "Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook". *New Media & Society* 20(1): 293-310.

Spielkamp, M. (2016). "Matthias Spielkamp über Transparenz und Kontrolle über Algorithmen". Video, Bündnis 90/Die Grünen. 11 november. [HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=N1EGJNKR5XQ](https://www.youtube.com/watch?v=N1EGJNKR5XQ)

Ruths, D. & Pfeffer, J. (2014). "Social Media for Large Studies of Behavior". *Science*, 346 (6213): 1063-1064.

Taylor, A. (2014). *The People's Platform: Taking Back Power and Culture in the Digital Age*. London: Fourth Estate.

Tufekci, Z. (2014). "Big questions for social media big data: Representativeness, validity and other methodological pitfalls". I: *ICWSM '14: Proceedings of the 8th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Palo Alto, CA: AAAI, 288-292.

Turov, J., M. Hennessy, N. Draper (2015). *The Tradeoff Fallacy: How Marketers Are Misrepresenting American Consumers And Opening Them Up to Exploitation*. Rapport, Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania.

Waldman, A.E. (2016). "Privacy, Sharing, and Trust: The Facebook Study". *Case Western Reserve Law Review*, 67(1): 193-233.

Webster, J. (2014). *The Marketplace of Attention: How Audiences Take Shape in a Digital Age*. Cambridge, MA & London: MIT Press.

Wu, T. (2017) "Blind Spot: The Attention Economy and the Law". *Antitrust Law Journal*, kommande. 26 mars. DOI:10.2139/ssrn.2941094

Zou & Schiebingertar (18 juli 2018). "AI can be sexist and racist — it's time to make it fair", *Nature* commentary.

PLATTFORMSSAMHÄLLET

BEGREPPET PLATTFORMAR HAR under de senaste åren seglat upp som ett av de mest centrala begreppen i den digitala ekonomin. Digitala plattformar möjliggör mängder av nya, effektiva sätt att organisera samhället – med långtgående konsekvenser för en rad centrala samhällsfunktioner.

Detta ställer en rad frågor om medbestämmande och reglering, om innovationens förutsättningar och hur en plattformsmedveten politik skulle kunna se ut. I takt med att allt fler samhällssektorer organiserar sig utefter en datadriven plattformslögik kan man också börja tala om ett framväxande plattformssamhälle.

I denna antologi analyserar 14 experter, forskare och journalister olika aspekter av innovationen, politiken och regleringen kring digitala plattformar. Ämnen som berörs är mediereglering, informationssäkerhet, innovationspolitik – och mycket annat.

Redaktörer är Jonas Andersson Schwarz, medieforskare och lektor vid Södertörns högskola, och Stefan Larsson, docent vid LTH, Lunds universitet och programchef för det digitala samhället vid tankesmedjan Fores.

AMELIA ANDERSDOTTER _ JONAS ANDERSSON SCHWARZ
HENRIK BLOMGREN _ FIA EWALD _ MICHAEL FORSMAN
ISOBEL HADLEY-KAMPTZ _ JUTTA HAIDER _ JOCKUM HILDÉN
DARJA ISAKSSON _ PÄR LANNERÖ _ STEFAN LARSSON
OLOF SUNDIN _ MARINA SVENSSON _ JOAKIM WERNBERG

