

Max Oker-Blom
är docent.



Övervakningskapitalismen och hur den kan tacklas

Det är naivt att ge teknologiföretagen tillgång till all information om oss, inte bara litteraturpreferenser och köpvanor utan också våra känslor. Shoshana Zuboffs forskning om övervakningskapitalismens uppkomst och utveckling är ytterst angelägen och utgör en allvarlig varning.

I sin recension i Financial Times konstaterar redaktör **John Thornhill** att om **Shoshana Zuboffs** verk *The Age of Surveillance Capitalism* från 2019 kan man använda många epitet, såsom "groundbreaking, magisterial, alarming, alarmist, preposterous" etcetera, men ett räcker "unmissable." Det är lätt att hålla med om. Det är ett läsvärt och viktigt verk, varför Thornhills attribut "preposterous", befängd, nog missar målet. Boken visar också att vi bör förhålla oss kritiskt till föreställningen om att digitaliseringen löser "alla" problem. Den kan nämligen också ha allvarliga negativa konsekvenser för vår samhällsutveckling.

Boken är indelad i tre huvudavsnitt och 18 kapitel, nämligen en utförlig redogörelse för hur övervakningskapitalismen uppstått (del 1) och hur den befrämjats (del 2) samt en beskrivning av det hon kallar instrumentell makt, det vill säga det teknologiföretag, typ Google utövar (del 3). Zuboffs utgångspunkter är amerikanska, vilket inte är överraskande, hon är professor emerita vid Harvard-universitetet, och forskningsobjekt och måltavla för kritiken är de amerikanska teknologiföretagen, framförallt Google. Hennes forskning om övervakningskapitalismens uppkomst och utveckling framstår likväl som ytterst angelägen, tankeväckande och också allmängiltig i vilket modernt teknologieriktat samhälle som helst, så också det finska.

Inte kunder utan material

Det är framför allt **tre insikter**, som hon redogör för och utvecklar, vilka tveklöst är synnerligen relevanta. *Den första insikten* kallar hon för "behavioral surplus", det vill säga beteendeöverskott. Den handlar om de digitala "brödsmlor", spår, vi lämnar efter oss då vi rör oss på nätet, och också i den reella världen, och hur dessa utnyttjas av teknologiföretagen. *Den andra insikten* gäller oss användare och hur vi förvandlas från subjekt till objekt för marknadsföring. Vi är inte teknologiföretagens kunder, utan material, som de säljer till sina egentliga kunder, det vill säga olika företag, som sedan marknadsför sina produkter till oss, utan att vi kan påverka detta på något sätt.

Zuboff talar i det här sammanhanget om två texter. Vi ser den ena, men den andra, som hanteras av privata företag, typ Google, är dold och hemlig.

Den tredje insikten beskriver hur teknologiföretagens ledare, och också vissa forskare, idealiserar betydelsen av att kunna göra precisa prognoser om vårt beteende med stöd av våra digi-

"Teknologiföretagens ledare, och också vissa forskare, idealiserar betydelsen av att kunna göra precisa prognoser om vårt beteende med stöd av våra digitala spår och gör sig sålunda till tolkar för en totalitaristisk samhällssyn."

tala spår och sålunda gör sig till tolkar för en totalitaristisk samhällssyn. Det handlar alltså om att förbise och underkänna människan som autonom varelse. Nedan betraktar jag envar insikt litet närmare.

Digitalt beteendeöverskott

Det är framför allt två omständigheter som befordrat användningen av det digitala beteendeöverskottet. För det första handlar det om före-

tagsekonomi och för det andra om terrorattacken den 11 september 2001. Vad den första beträffar noterar Zuboff att avsikten med till exempel det smarta hemmet var att i första hand betjäna användaren. Den information, som uppstod vid nyttjandet av säkerhetsarrangemang och kylskåp, etcetera, skulle användas för att göra invånarnas liv bekvämare. Hon kallar denna slutna "cirkel" för "Behavioral Value Reinvestment Cycle" (s. 70).

Snart nog insåg man hos Google att denna affärsmodell inte borgade för större lönsamhet, snarare det motsatta. Det var då som blicken riktades på möjligheten att använda beteendeöverskottet som försäljningsprodukt eller "prediction products" (s. 97) Försäljningen av dessa till de nya kunderna, det vill säga företagen, utgör grunden för Googles framgångssaga. Ju mer data som samlas in och säljs till olika företag desto precisare blir dessas riktade marknadsföring. Det har också lett till att Google och andra, såsom Facebook, intensivt försvarat sina datainsamlingskanaler.

Terrorattacken återigen intensifierade samarbetet mellan de privata företagen och statsmakten. Den senare behövde de förras hjälp att spåra presumptiva förövare genom den koll de har på mobil- och dataanvändarnas nättrafik. Detta skedde med lagstiftarnas benägna bistånd, som underlättade insynen i den privata tidigare skyddade sfären. Allmänhetens attityd till statsmaktens insyn förändrades också i en mer accepterande riktning. Enligt Zuboff har teknologiföretagen utnyttjat läget och på olika sätt bromsat myndigheternas senare försök att begränsa användningen av och intrånget i integritetsskyddet. Det har bland annat skett genom att förminska allvaret rörande användningen av beteendeöverskottet, genom att förhåla responsen på myndigheternas förfrågningar, genom partiell anpassning, etcetera.

Individualitetens död

De två första insikterna framstår som resultatet av mångårig och systematisk forskning, vilket hennes nästan 130 sidor av hänvisningar ger en klar fingervisning om. Hon har likaså gjort ett otal intervjuer med såväl forskare som personer verksamma inom teknologiindustrin. Den

tredje är av mer polemisk karaktär, men hon be-
lägger också den med noggranna citat av Goog-
les, Facebooks och Microsofts etcetera, verkstäl-
lande direktörer och utvecklingsansvariga. Hon
jämför deras uttalanden med behavioristen Skin-
ners föreställning om att vi människor är jämför-
bara med flockar, som i högre grad reagerar på
våra likars sociala reaktioner, än autonoma själv-
bestämmande varelser för vilka den fria viljan är
utslagsgivande. Hennes jämförelse mellan totali-
tarismen och instrumentalismen har många be-
röringspunkter, vilket väl framgår av en åskådlig
sammanställning hon gjort (s. 396–7). Det hand-
lar alltså enligt henne om individualitetens död.

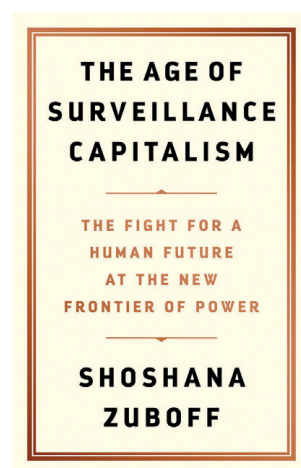
Zuboff konstaterar likväl att teknologiföreta-
gen inte har några uttalat politiska syften, utan
endast är ute efter att bevaka och skydda sin
lönsamhet, det vill säga drivs av kapitalistiska
motiv. Hennes jämförelse haltar således något.
Samtidigt utgör den likväl en allvarlig varning.
Att ge teknologiföretagen tillgång till all informa-
tion om oss, inte bara litteraturpreferenser och
köpvanor, utan också våra emotioner och känslor
(clicks) är utan tvekan naivt, låt så vara att
företag som Google saknar politiska ambitioner.
Det har däremot stater som Kina med sina för-
sök till social betygsättning av sina medborgare,
vilket Zuboff berör i korthet.

Risker med att vara ständigt uppkopplad

Med tanke på den skarpa kritik som hon framför
mot övervakningskapitalismen och instrumen-
talismen hade man förväntat sig att hon skulle
ha presenterat mer än korta avsnitt om hur den
skall bekämpas. Hon sätter sitt hopp dels till lag-
stiftning typ EU:s allmänna dataskyddsdirektiv
(GDPR), dels till att unga människor skall kom-
ma till insikt om riskerna med att ständigt va-
ra uppkopplade och att exponera sig själva och
sina liv på plattformar såsom Facebook. Enligt
mitt förmenande skulle det också gälla att göra
våra beslutsfattare uppmärksamma på den ne-
gativa samhällsförändring digitaliseringen kan
medföra och inte enbart förhärliga den i effek-
tivitetens och konnektivitetens namn. För den
som ger sig tid att ta del av Zuboffs bok är det i
vart fall en bra början.

Hennes forskningsinsats har uppenbarligen

inte passerat obemärkt i ett allmännare sam-
manhang. Samtidigt som The Economist i en av
sina ledare (4.4.2020) noterar att de stora tek-
nologiföretagen (Big tech) spelar en viktig roll
med att tackla coronapandemin, till exempel ra-
dera falsk information om viruset eller hjälpa
att spåra det, bör de sedan spridningen bedarrat
gå användarna till mötes med "... clear and ve-
rifiable rules on how they publish and modera-
te content, helping users own, control and pro-
fit from their own data ...". Denna approach kan
vara lukrativare på längre sikt än att agera som
en del av dem gjort tills vidare, det vill säga mo-
nopolisera och delvis hemlighålla sina datain-
samlingskanaler och utnyttja dem för kommer-
siella syften. Men för detta behövs också lagstif-
ningsåtgärder.



... Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism, The fight for a human future at the new frontier of power*, Public Affairs, Hachette Book Group, 2019, 691 sidor.