

Molnet förändrar allt

Informationen ångar från de digitala medborgarna. Ovan oss skapas ett moln, med all vår kunskap, våra relationer, minnen och drömmar. Internet har blivit vårt förlängda medvetande, och vi tvinnas allt närmare ihop med maskinerna. Gamla sanningar faller, men inuti oss är det som det alltid varit. Molnet har förändrat allt – och inget.

PUBLICERAD: 11 APRIL 2008 TEXT: FREDRIK WASS FOTO: NIKLAS BJÖRLING ILLUSTRATION: ARVID TAPPERT

»En amerikansk internetbutik har visat intresse och en butik på Södermalm i Stockholm har hört av sig. Och då har jag ändå varit passiv med marknadsföringen.«

Karin Hagen är entusiastisk när hon berättar om hur hennes hobbyverksamhet gick från småskalig fritidssysselsättning till en verksamhet med kunder över hela världen. På den sociala e-handelssajten Etsy.com säljer hon sina egentillverkade smycken. Hon köper alla delar till sina smycken via nätet. Och alla pengar hon får in använder hon än så länge för att köpa nya komponenter till smycken.

– Man behöver inte vänta på att bli accepterad eller insläppt någonstans. Det är mer jämlikt på något sätt, säger hon.

Etsy har sitt säte i New York men användarna finns överallt. För varje produkt som listas på sajten får Etsy en liten avgift och för varje genomfört köp tjänar de 3,5 procent av försäljningsvärdet. Styrkan hos sajten är det sociala nätverket som finns mellan både köpare och säljare. Genom internet kan Etsy sälja personliga och smala produkter i stor skala.

Internet har vänt upp och ner på både kommunikations- och affärsmodeller. Det som från början var en obskyr universitetsuppfinding är i dag en lika stor förändring av samhället som industrialiseringen var på sin tid. För Karin, eller Aloha Dear som hon heter på internet, innebär det en möjlighet att utan stora kostnader skapa sitt eget kontaktnät, ta sig förbi traditionella strukturer och få betalt för något hon brinner för. Varken hantverket, idéerna eller drivkraften är något nytt. Men utan internet hade Karin Hagens verksamhet varit omöjlig.

Många saker vi använder nätet till dagligen fanns inte ens för femton år sedan. Men det vi hittills sett är bara början.



Framtiden är ett moln

Föreställ dig ett moln. Det är osynligt, finns precis utom räckhåll och ändå tillgängligt precis när du vill. I molnet finns all tänkbar information som du delar med dina vänner, din familj och dina kontakter. Inte nog med det. Även din kommunikation med omvärlden finns samlad i molnet. Det är ditt utbyggda medvetande. Och det är här för att stanna.

Molnet är den bästa liknelsen för vad som håller på att hända med internet när det blir personligt och en del av vårt sociala liv.

Tidigare har nätet fungerat parallellt med de program du har i din dator, tv eller kontaktlista i mobilen. I framtiden behöver du bara ett enda program – det som tar dig ut på nätet. Molnet är summan av våra uppkopplade liv, det vi lämnar efter oss på alla de sajter där vi identifierar oss, lagrar och delar information.

Men molnet är mycket mer än bara en världsomspännande databas. När information hamnar där blir den delbar. Du kan bjuda in andra att använda samma information och utveckla saker tillsammans med dig, oberoende av tid och rum. Du har ständig tillgång till världens mest omfattande och avancerade grupparbete.

Nicklas Lundblad är europeisk policy manager på Google, doktor i informatik och medlem i regeringens it-råd. Han menar att molnet – och cloud computing som det kallas på Google – är en större förändring än vad vi egentligen förstår, och det går att se på nätet som en levande organism, snarare än en teknisk innovation.

– Internet är i en mening tillgängligt för oss som ett naturfenomen och kanske har det blivit en viktig komponent i den mänskliga evolutionen. En ny del i vad det innebär att vara människa.

Molnet är socialt

Molnet skapar nya förutsättningar för umgänge. De är delvis redan här, men kommer de närmaste åren att slå igenom på allvar.

Internetteoretikern Michael Goldhabers term »Homo Interneticus« kan användas för att beskriva hur det kommer att se ut.

Goldhaber är doktor i partikelfysik och har även myntat begreppet »attention economy« som beskriver hur de ekonomiska spelreglerna förändras genom internetsamhällets framväxt. Homo interneticus är en individ som utvecklar sitt eget vetande och sin kunskap tillsammans med andra i molnet.

När människor lägger tid, information och relationer i molnet utvecklar de olika roller och identiteter. Dessa roller finns utspridda i olika tjänster och sammanhang på nätet och vi växlar ständigt mellan dem.

– Det mest korrekta namnet på det som växer fram skulle vara pseudosamhället. Du har ett stort antal olika identiteter, men du har själv förmågan att flytta dig över gränserna. Jag älskar onlinespelet World of Warcraft av det enkla skälet att jag kan byta identiteter och umgås med folk där, säger Nicklas Lundblad.

Internet är dock inte en parallell värld med egna villkor och ramar. Utvecklingen pekar på motsatsen. Vi tar med oss våra roller både i de upp- och nerkopplade delarna av våra liv. Några exempel: En kvinna läser en personlig presentation på en dejtingsajt och blir intresserad av den identitet som avsändaren, i det här fallet en man, målar upp. Mannen fattar även tycke för kvinnan genom hennes presentation och efter några meddelanden bestämmer de sig för att träffas i den fysiska världen för att skapa en relation utanför nätet. Senare samma vecka går kvinnan på en ledarskapskurs. Dagen efter söker hon upp deltagarna på det sociala nätverket Facebook och skickar en hälsning och en önskan om att lägga till dem som sina vänner i nätverket. Hon går ut och in ur molnet utan att ens märka det.

Båda situationerna visar på händelser som redan i dag är en självklarhet för många, och som i framtiden kommer vara ännu mer naturliga. Och i stället för att fokusera på internet som en helt ny värld, så kan vi se människors grundläggande behov av att kommunicera som drivkraften.

Varje människa har sitt eget moln, men precis som det övriga samhället kan vi inte beskriva molnet som en enda plats. Det är ett närmast oändligt antal platser, för ett oändligt antal syften och ett oändligt antal människor.

– Om man betalar sina räkningar på internetbanken så är det ungefär som om man går till banken fysiskt. De två aktiviteterna blir mer lika varandra, precis som att hänga på ett community och att gå till en fritidsgård, säger Jessica Linde, sociolog på Interactive Institute i Växjö.

Molnet nås via mobilen

Även om det finns spretiga uppfattningar om vilka konsekvenser den uppkopplade tillvaron får på lång sikt, kan de flesta experter enas om en sak. Mobiltelefonen kommer att spela en avgörande roll. Mobilen är det första individuella massmediet, samtidigt som det är ett kraftfullt kommunikationsverktyg. Inbyggd gps-navigatör, filmkamera och trådlöst bredband är bara några av de nya funktioner som skapar förutsättningar för tjänster och tillämpningar som kommer att revolutionera vårt sätt att umgås.

Genom mobilen kommer vi åt internet och vårt eget informationsmoln lika snabbt som vid datorn hemma, och kan dessutom kombinera det med geografisk information. Vem av personerna på bussen är läkare? Gillar du och mannen på caféet samma musik?

Hur många livevideosändningar pågår just nu i Halmstad? Frågor som dessa blir möjliga att svara på när information i molnet distribueras via våra mobila enheter. Och informationen kan användas: läkare kan tillfrågas i ett nödläge, musiken på caféet kan anpassas efter kundernas smak och videosändningarna kan synkas för att nå maximal publik.

I framtiden blir det allt viktigare att kunna molnets spelregler. Mobilen spelar en viktig roll som navet i byggandet och underhållet av relationer. Det handlar inte bara om att veta hur prylarna används tekniskt utan lika mycket om kunskapen kring deras sociala konventioner.

– Att känna till hur du blir vän med människor i sociala nätverk och hur du uttrycker dig på en blogg kräver både talang och träning, säger Jyri Engeström.

Han är grundare av mikrobloggtjänsten Jaiku som köptes upp av Google under hösten och som hjälper människor att kommunicera med varandra genom att svara på frågorna: Vad gör du? och Var är du? Via Jaiku kan användarna följa varandras »livsflöde«. De berättar hur de mår, vem de träffar, vilka frågor som är viktiga eller helt enkelt vad som dyker upp i huvudet just då.

Informationen blandas med data från användarens andra tjänster, som till exempel blogginlägg, bilder och videoklipp. Det går att på en enda plats följa vad en person gör både på och utanför nätet. Begränsningen ligger i vad varje individ väljer att dela med sig av.

Jyri Engeström har även en bakgrund som etnolog på Nokia och har forskat kring hur människor påverkas av teknologisk innovation. Enligt honom hjälper de sociala tjänsterna på nätet oss att skapa broar över de fysiska avstånden. Och mikroblogg-tjänsterna är kittet som håller ihop det, som synkar vår tillvaro med varandra.

– De hjälper människor att koordinera sina aktiviteter med ett större nätverk av vänner än tidigare, och dessutom leva i närheten av dem vi bryr oss om dygnet runt, även om vi inte ser dem varje dag eller bor på olika kontinenter.

Ett nytt sätt att umgås

En bild som ofta målas upp när det gäller sociala nätverk på internet är att det hindrar människor från att träffas i verkligheten. Och oavsett hur vi definierar vad som är socialt – att umgås med tio vänner på nätet och dela upplevelser i molnet, eller att fika med en bekant – så är bilden av den fysiskt isolerade internetmänniskan en myt. Det hävdar Jeffrey Cole från Center for Digital Future i Kalifornien som forskar kring hur internet påverkar människors liv över tid.

– Samvaro med familjen minskar inte. Samvarotid med vänner ökar till och med litet när människor börjar använda internet. Många använder tekniken för att arrangera riktiga möten, säger Jeffrey Cole.

Enligt studier på forskningscentrat Center for Digital Future har den tid amerikaner ägnar framför någon form av bildskärm ökat från 16 till 34 timmar per vecka de senaste 35 åren. Och antalet skärmar har trefaldigats.

Samtidigt motionerar samma grupp lite mer än andra. Och det verkar också som att internetanvändarna är lite mindre ensamma och deprimerade än övriga befolkningen.

– Samtidigt jobbar vi mer än någonsin. Arbetstider och medieanvändning förändras. Man tittar mindre på tv, säger Jeffrey Cole.

En undersökning gjord av Center for Digital Future 2007 visar att 43 procent av medlemmarna i sociala nätverk på internet rankar dessa lika högt som deras fysiska nätverk. Samma siffra för 2008 är 55 procent.

– Tonåringar i dag vill inte ha fifteen minutes of fame, de vill ha fifteen megabytes of fame, säger Jeffrey Cole.

Minutdemokrati

Har du svårt att hänga med i bruset? Tycker du att allt går fortare? Det stämmer antagligen. Symptomet kan vi bland annat hitta i medievärlden där snuttifiering blivit vardag. Vår tids »Hylands hörna« är videoklippen på nätet. En medieform som kan samla miljoner tittare på extremt kort tid, för att sedan bli av med både publik och värde i jakten på nästa underhållande berättelse.

Femton minuter eller femton megabytes i det digitala strålkastarljuset? Micael Dahlén tror snarare på femton mikrosekunder. Han är professor i marknadskommunikation vid Handelshögskolan i Stockholm och har skapat begreppet Nextopia – förväntningssamhället.

– Vi följer en utveckling som har pågått sen tidernas begynnelse men som accelererar exponentiellt, precis som celldelning. Det är ett mönster att all utveckling som är bestående också accelererar, säger han.

Vårt tidsperspektiv håller på att förändras på grund av internet. Att samla in åsikter kring olika händelser var förr i tiden en tidsödande aktivitet. Nu blir det ett enormt antal reaktioner när ett företag eller en politiker gjort bort sig. Reaktioner som är lättillgängliga eftersom människorna publicerar dem i molnet. Det tvingar

samhällsaktörerna att leva mycket mer i nuet än tidigare.

Konsekvensen kan bli beslut tagna i affekt. Och de blir sällan kloka.

Micael Dahlén menar att kvartalskapitalism har gått från att vara ett skällsord till att i stället bli minutkapitalism och minutdemokrati, och att det finns en risk att beslut som tas på kortsiktiga grunder gör att den långsiktiga utvecklingen försämras.

– Det är en paradox. Det är egentligen lättare än någonsin att slå igenom men det är svårare än någonsin att stanna kvar.

Människor är både producenter och konsumenter av information i större utsträckning än tidigare. Användargenererat innehåll har blivit ett samlingsnamn för det innehåll som skapas av personer utan kommersiell agenda, ofta i bloggar, på communities och andra sociala tjänster. Och molnet är den plats där allt samlas. Men Micael Dahlén tror inte att balansen mellan vad vi konsumerar och producerar förändras.

– I proportioner så producerar du säkert mer i dag än tidigare, men du konsumerar ännu mer.



Den sökande människan

En av nätets viktigaste uppgifter både i dag och i framtiden är möjligheten för många att söka information. Även här innebär molnet en revolution. För att kunna konsumera information måste vi ha bra verktyg.

När vi i dag söker på nätet använder vi oss ofta av nyckelord. Det är upp till den som gör sökningen att gissa sig till vilka typer av ord som kan förekomma i det material han eller hon letar efter. Själva »tänkandet« görs av människan vid tangentbordet medan internet och sökmotorerna ger oss svar, som hur relevant det än är ändå är ett relativt ålderdomligt sätt att söka på.

Tekniken har förfinats genom åren, bland annat i form av Googles rankningssystem. Det gör bland annat att sidor som många andra sajter länkar till får högre rankning, och därmed hamnar högre upp i sökresultatslistan. Varje gång du klickar på en länk från Googles sökresultat så ger du sökmotorn information om vilka sidor som är viktigare än andra, vilket är ovärderlig kunskap för att göra en bra söktjänst. Samtidigt är det en teknik med begränsningar.

Om dagens sökmotorer motsvaras av ett arkivskåp så är framtidens sökverktyg att jämföra med din bästa kompis. En vän som vet vad du gillar, hur du brukar tänka och vilken typ av person du är. Kompisen kommer att kunna välja bort information som han eller hon vet att du ändå inte är intresserad av. Din nya kompis namn är den semantiska webben. Den kommer att »förstå« vad vi menar och kunna koppla samman

information på helt nya sätt.

– Om frågan är »visa mig bilder på äventyrliga människor« så kan sökmotorn visa bilder på bergsklättrare utan att det finns någon information kring bilden om att de är äventyrliga, säger Lotta Holmström, som länge arbetat med läsarmedverkan och medborgarjournalistik på Aftonbladet.se och nu är redaktionell chef på Broaden Community.

Än så länge handlar sökningar på internet väldigt mycket om text. Men i takt med bredbandets intåg publiceras alltmer ljud och bild. Det är format som sökmotorerna länge varit blinda inför. Men det håller på att förändras.

I Skåne sitter företaget Polar Rose och utvecklar en sökmotor för bildigenkänning. De sökmotorer vi har i dag fungerar jättebra när det gäller text eller bilder på kändisar. Men odöpta bilder och videoklipp kommer inte med i sökresultaten. Och material som gemene man lägger i molnet är sällan döpt och indexerat på bästa tänkbara sätt. Vem kan inte relatera till filnamn som PIC10023.jpg?

– Det finns ingen text som sökmotorerna kan ta tag i, säger Polar Roses grundare Jan Erik Solem.

Genom matematik och bildanalys tolkar Polar Rose innehållet i en bild. Sedan processas bilden genom en serie filter för att hitta till exempel ansikten och andra fält inom bilden. Själva ansiktsfälten analyseras ytterligare för att skapa vad Polar Rose kallar för ansiktssignatur. Den gör det möjligt att beräkna likheten mellan olika ansikten. Det skapas också en 3D-modell som används för att kunna analysera specifika områden i ansiktet.

– På sikt får vi nog vänja oss vid att den visuella delen av webben blir mer tillgänglig än vad den är i dag, på samma sätt som vi vände oss vid att texter på webben dök upp i Altavista och Google för inte så länge sedan, säger Jan Erik Solem.

Det har inte saknats inlägg i debatten om integritet på nätet. Är Polar Rose nästa tegelsten i byggandet av övervakningssamhället? Vi kommer antagligen att behöva anpassa vårt beteende på nätet med vetskapen om att det vi publicerar blir sökbart under lång tid framöver. Även våra sociala interaktioner kommer att finnas i molnet, sök- och länkbara.

– Det var samma sak under 1990-talet när de vanliga sökmotorerna kom. Folk blev upprörda för att man kunde hitta dem i sökresultaten, säger Jan Erik Solem.

Nästa generations sökmotorer har semantisk förståelse. Det innebär att de kommer att kunna skilja på olika personer med samma namn, och baserat på ditt moln gissa vilken av personerna du är intresserad av. De kommer att kunna söka i ljud och bild, och de kommer att presentera sökresultaten utifrån vem du är, vad du brukar tycka är meningsfullt, och vad andra som liknar dig har uppskattat tidigare.

Mycket av det informationssovrande som i dag görs manuellt kommer att bli automatiskt, och oändligt mer effektivt. Och precis som synlighet i dagens sökmotorer är nödvändigt för att företag ska kunna nå sina kunder, blir möjligheten att bearbeta information morgondagens förutsättning. Det handlar om att göra sin information flexibel och mixbar, så att den kan finnas överallt där kunderna finns – och kunna användas på sätt som informationsägaren aldrig planerat för.

Sanningen om internet

En sak är klar. Inget samtida fenomen är så genomgripande och så avgörande för vår tid i historien som internets uppkomst. För tonåringar och barn är nätet en helt naturlig del av världen. De vet inget annat och kallas för digitala infödingar när analytikerna jämför dem med oss andra digitala invandrare. Internet förändrar samhället, vårt sätt att kommunicera, tänka om oss själva och varandra. Något som de flesta experter är eniga om är att de mänskliga drivkrafterna och behoven är konstanta. Och internet förändrar oss inte i grunden. Däremot hjälper det oss att tillfredsställa flera av våra behov på ett betydligt mer effektivt sätt än tidigare – som Karin Hagens smyckesförsäljning på nätet.

Vår sociala förmåga och vår vilja att förstå vår omvärld har aldrig ställts inför samma möjligheter till

upptäckter och utveckling tidigare. Men den ställs också inför utmaningar som landar i hur vi vill att världen ska se ut. Precis som vanligt alltså. Under tiden fortsätter vi söka efter en sanning om internet. Eller i alla fall var vägen finns som leder till den. Kanske ligger svaret på samma plats som sanningen om människan – bland molnen?

Fredrik Wass är frilansande skribent och redaktör. På bisonblog.se bloggar han om internetutvecklingen och dess påverkan på medielandskapet och samhället.

Mer ur reportaget:

[Genvägen till nätet](#)

Mobiltelefonen ger världens fattiga möjligheten att snabbspola sig in i samtiden.

[Kampen om annonserna](#)

Google mot Microsoft. I kampen om annonsörernas pengar och uppmärksamhet krävs helt nya sätt att göra affärer.

[50 år med internet](#)

Från the Memex till Microsofts bud på Yahoo för 45 miljarder dollar. Så har internet erövrat världen.

[Åtta framtidsvisioner](#)

Hur förändras samhället av utvecklingen på nätet? Experterna har svaret.

Mer på fokus.se om: [Säkert nätsex](#), [önskad hjälp från internet](#), [internets hatmaskin](#), [varför Microsoft misslyckas](#).

Fler texter i ämnet [Internet](#):

[Tech president](#), [Måndagsläsning 15/9–08](#), [Yrsa Stenius om Arboga och Pirate Bay](#), [Måndagsläsning 8/9-08](#), [Bloggarna ingen läser](#), [Kulturkritiker kritiserar kulturkritik](#), [Hej då IE6](#), [Så baxas FRA igenom](#), [Piraterna splittrar EU](#), [Cyberbjörnens zombieattack](#)


Aktuella blogginlägg om den här artikeln

31 blogginlägg länkar till den här artikeln

 [Twinoly bloggsök](#)

Visar de 5 mest länkade / senaste inläggen. [Visa alla](#)

De politiska partierna under ett mörkt digitalt moln

den 27 april 2008  Bloggen Bent


premiär

den 27 april 2008  the real mymlan

Ett jättereportage om Internet i Fokus

den 11 april 2008  Bloggtidningen

Sju av tio utnyttjar molnet

18 dagar sedan  Mindpark

Om Internet och nya idéer

den 3 juni 2008  PRfekt » PRfekt Blog

ANMÄL 

ANMÄL 

ANMÄL 

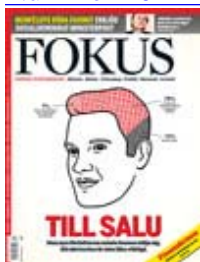
ANMÄL 

ANMÄL 

Tidigare nummer Fler tidigare nummer



1. [Nummer 40 - 2008](#)



2. [Nummer 39 - 2008](#)



3. [Nummer 38 - 2008](#)



4. [Nummer 37 - 2008](#)



5. [Nummer 36 - 2008](#)



6. [Nummer 35 - 2008](#)