

# Nätutopier och nätdystopier

Om 2000-talets sökande efter internets väsen

*Rasmus Fleischer*

Digitaliseringen har skapat ett ”nytt medielandskap”, styrt av en ”ny medielogik” som kräver ”nya affärsmodeller”. Känns påståendena igen? Under 2000-talet har de upprepats till leda, både i dur och i moll. Alla som sysslar med förmedling av nyheter, underhållning eller kunskap – från mediekoncerner och reklambyråer till skolor och bibliotek – har sett sig tvingade till anpassning. För vissa tycks det verkligen handla om liv eller död, i synnerhet för dagspressen som under 2010-talet har sett sina intäkter erodera. Andra har vittnat möjligheter att tjäna enkla pengar på nya affärsidéer. Därtill har många intresserat sig för om det finns en demokratisk potential i den digitala utvecklingen. Sammantaget har detta skapat en blomstrande marknad för uttolkare av *nätets väsen*.

Redan under det sena 1990-talet började man tala om de ”profeter” som spred internets ”evangelium”. Nätprofeterna var i allmänhet män, bosatta i Kalifornien och internationellt turnerande som föreläsare.<sup>1</sup> Tonen slogs an av Nicholas Negroponte som i *Being Digital* (1995) tecknade en utopisk bild av hur nätet skapade total frihet för individen att välja ur ett överflöd av information.<sup>2</sup> Kevin Kelly skrev en beryktad bok om hur ”den nya ekonomin” släpper

---

<sup>1</sup> Richard Barbrook & Andy Cameron, ”The Californian Ideology”, *Science as Culture* 26, nr 6 (1996), s. 44-72.

<sup>2</sup> Nicholas Negroponte, *Being Digital* (London: Coronet, 1995).

fram den fria marknadens fulla potential.<sup>3</sup> Idéerna fick sig en törn när IT-bubblan sprack, men några in år på 2000-talet framträdde en ny grupp av inflytelserika nätprofeter.

Som typexempel kan nämnas den kaliforniske journalisten Chris Anderson som låg bakom succéboken *The Long Tail* (2006). Där påstods att den bästsäljarfixerade masskulturen var på väg att tyna bort, till förmån för en större kulturell mångfald. Boken blev startskottet för en internationell föreläsningsturné med välbetalda framträdanden på olika branschkonferenser. En rad andra nätprofeter har följt samma arbetsordning. De har renodlat några idéer om vad som verkligen är *nytt* med de nya medierna och förutspått framtidens kultur och ekonomi. Även om de inte själva har påstått sig besitta profetisk förmåga, så har de ändå tillfredsställt en utbredd efterfrågan på profetior.<sup>4</sup>

Min avsikt här är att skriva en översiktlig historik över de olika försöken att uttolka den digitala medieutvecklingen under tioårsperioden 2005–2015. I centrum står frågan om hur man har sett på internets kulturella och kommersiella konsekvenser i stort. Däremot bortser jag från de mer politiskt laddade debatterna om upphovsrätt och övervakning som fördes under samma period och vars historia jag har skisserat på andra håll.<sup>5</sup> Annat som faller utanför ramarna

3 Kevin Kelly, *New Rules for the New Economy. 10 Ways that the Network Economy is Changing Everything* (London: Fourth Estate, 1998).

4 När jag här använder begreppet "nätprofet" syftar jag alltså på en *roll* som någon har spelat i en offentlighet. Nätprofeten är någon som anses besitta en särskild förmåga att förutspå nätets framtid och dess samhälleliga betydelse. Max Weber etablerade en religionssociologisk distinktion mellan profeten och prästen. Den förra är en karismatisk individ som etablerar en ny lära med löften om en bättre värld; den senare är mer av en funktionär som upprätthåller ett redan etablerat trossystem. Därtill menade Weber att profeter inte sprider budskapet för egen vinning utan grundat i en uppriktig tro på dess betydelse. Max Weber, *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*, vol. 1 (Tübingen: Mohr, 1920); se även Nicole Aschoff, *The New Prophets of Capital* (London: Verso, 2015), s. 22-23.

5 Rasmus Fleischer, "Femton gäst på död mans kista. Om framtidens nätpolitik", i Jonas Andersson & Pelle Snickars (red.), *Efter The Pirate Bay* (Stockholm: Kungliga biblioteket, 2010), s. 259-280; Rasmus Fleischer, "The Pirate Bay och den nya nätpolitiken", i Kjell Östberg & Jenny Andersson, *Sveriges historia*, band 8 (Stockholm: Norstedts, 2013) s. 471-474; Rasmus Fleischer,

är 2010-talets allt livligare debatt om kryptovalutor, robotisering och artificiell intelligens. Tyngdpunkten ligger i stället på hur man förstått internet som kommunikationsmedium, i dess förhållande till etablerade massmedier.

Många har redan konstaterat att det inträffat ett tydligt trendskifte i 2000-talets svenska nätdebatt. Efter nollnolltalets entusiastiska visioner om nätetns möjligheter slog pendeln på tiotalet tillbaka i riktning mot ökad skepsis och pessimism. Ett syfte med min historik är att belysa detta attitydskifte samt sätta det i ett större sammanhang av tekniska innovationer och ekonomiska konjunkturer. Grunden utgörs av en receptionsstudie, där jag systematiskt försökt att kartlägga det svenska mottagandet av tolv författare. Gemensamt för dessa tolv, utöver att de är verksamma i USA, är att de intagit framträdande roller i debatten om den digitala medieutvecklingen. Alla har de skrivit uppmärksammade böcker; flertalet har även varit hett eftertraktade som föreläsare.

Till att börja med har jag identifierat sex inflytelserika ”nätoptimister”, vilka profilerat sig på att tala om hur internet skapar positiva möjligheter: Chris Anderson, Yochai Benkler, Jeff Jarvis, Kevin Kelly, Lawrence Lessig och Clay Shirky.<sup>6</sup> Därefter har jag identifierat sex skeptiker eller ”nät pessimister”, vilka har lyft fram olika negativa följder av den digitala medieutvecklingen: Nicholas Carr, Andrew Keen, Jaron Lanier, Susan Maushart, Evgenij Morozov och Eli Pariser.<sup>7</sup>

---

”Nätets kontrarevolution”, i Fleischer, *Tapirskrift* (Stockholm: Axl Books, 2013), s. 15-38; se även Anders Rydell & Sam Sundberg, *Piraterna. De svenska fildelarna som plundrade Hollywood* (Stockholm: Ordfront, 2009); Christopher Kullenberg, *Det nätpolitiska manifestet* (Stockholm: Ink, 2010); Jonas Andersson Schwarz, *Online File Sharing. Innovations in Media Consumption* (New York: Routledge, 2014).

6 Urvalsprocessen inleddes med en förstudie av artiklar i svensk press som hänvisat till Chris Anderson och hans succébok *The Long Tail*. Med hjälp av detta material identifierades ytterligare ett tiotal namn på opinionsbildare som figurerat i liknande sammanhang, varpå jag gjorde en bedömning av vilka som från en svensk horisont har framstått som mest omtalade.

7 Urvalet har här tagit sikte särskilt på de nät pessimister som, när deras böcker förmedlats till en svensk läsekrets, har ställts i uttrycklig kontrast till de ovan nämnda nätoptimisterna.

Bland de tolv nämnda författarna finns elva män och en kvinna. Att eftersträva en könsbalans hade i detta sammanhang knappast varit rimligt. I stället vill jag avsluta denna text med att reflektera över just obalanser, inte bara i fråga om kön utan också ålder, bland dem som förmedlat idéerna om internets väsen.

I stället för att göra en närläsning av de tolv debattörernas böcker har jag valt att undersöka hur idéerna återgivits och återbrukats i den svenska offentligheten.<sup>8</sup> Empirin omfattar flera hundra artiklar ur svensk press, men bortser i stort sett från den offentliga debatt som försiggått i andra kanaler, exempelvis på bloggar. Inte heller går det här att följa den icke-offentliga receptionen av nätprofeterna, exempelvis via konsulter som förmedlar idéerna till beslutsfattare i mediebranschen. Ändå tror jag att min undersökning kan ge en översiktlig bild av de trendskiften som präglade sökandet efter en ny, digital medielogik.

#### DET TIDIGA 2000-TALETS INTERNET

Efter sekelskiftet 2000, då luften gick ur den första IT-bubblan, följde några år av digital lågkonjunktur. Flödet av riskkapital till nystartade IT-företag ebade ut, men internet fortsatte att förändra allt fler av aspekter av vardagslivet.

8 Källmaterialet består av digitala pressarkiv, i första hand Mediearkivet Retriever som för den aktuella tidsperioden erbjuder fulltextsökning i samtliga Sveriges större dagstidningar, viss affärspress, några samhällsmagasin samt – vilket är värdefullt i sammanhanget – branschpress med inriktning på både teknik-, reklam- och mediebranscherna. Bland den undersökta affärspressen finns bl.a. *Dagens Industri* och *Veckans Affärer*; två exempel på samhällsmagasin i arkivet är *Arena* och *Neo*; branschpressen omfattar bl.a. *Computer Sweden*, *Journalisten*, *Medievärlden* och *Resumé*. Jag har även kompletterat med en sökning i fulltextarkivet för branschtidskriften *Svensk bokhandel*, samt i söktjänsten Artikelsök som indexerar ett större antal tidskrifter. Dessutom har jag letat efter hänvisningar till dem i offentliga utredningar och riksdagstryck. Sökningar har gjorts på alla de tolv nämnda författarnas namn under tidsperioden 2005–2015. För delar av tidsperioden har de kompletterats med sökningar på andra författarnamn samt på vissa nyckelord (till exempel ”web 2.0” och ”betalvägg”).

Kännetecknande för det tidiga 2000-talet var att nätets utveckling i något högre grad kom att drivas av ickekommersiella intressen.<sup>9</sup> Tre av de tydligaste exemplen utgjordes av bloggarna, fildelningen och Wikipedia. Dessa fenomen hade inte sitt ursprung i någon affärsidé och dess tekniska utveckling kunde inte styras av något enskilt företag.

År 2005 markerar det breda genombrottet för både bloggar, fildelning och Wikipedia. Sistnämnda uppslagsverk började då regelmässigt att dyka upp som första sökträff i Google, vilket satte en ny standard för kunskapsorganisering. Det var även då som fildelningsdebatten bröt ut i Sverige, i hög grad kretsande kring sökmotorn The Pirate Bay. Slutligen var det år 2005 som ordet ”blogg” nådde allmän spridning i Sverige i takt med att kända journalister som Linda Skugge, Fredrik Virtanen och Sigge Eklund startade egna livsstilsbloggar.<sup>10</sup> Samtidigt tjuvstartade valrörelsen bland de politiska bloggarna, varav flertalet skrevs av borgerliga sympatisörer som angrep den sittande S-regeringen.

Parallellt med detta fanns vid denna tid i Sverige en växande flora av nätforum där diskussioner kunde föras under olika ämnesrubriker, varav de två största kom att bli Flashback och Familjeliv. Tonåringar flockades på communities som Lunarstorm, Playahead och Bilddagboken, vilka också var som störst kring nollnolltalets mitt. Facebook hade ännu inte fått sitt genombrott.

Nätet år 2005 framstod kort sagt som av mångfald av olika kanaler, utmed hela spektrat från privat till offentligt, från ideellt till kommersiellt. Sveriges mest välbesökta sajter var i hög grad sådana som drevs av svenska företag, inte av globala nätjättar med bas i USA. Under tiden expanderade förvisso både Google och Apple. Men dessa företag byggde ännu inte slutna ”ekosystem”, utan kammade hem sina vinster genom att kontrollera enskilda led i en längre kedja av medietekniker, snarare än hela kedjan. Apple nådde framgångar på hårdvarumarknaden med musikspelaren Ipod, som svarade mot tillgången på fildelad musik. Google befäste sin posi-

9 Historieskrivningen som följer knyter an till Fleischer, ”Nätets kontrarevolution”.

10 <http://www.bloggforum.se/bf2000052.html>; [http://swartz.typepad.com/texplorer/2005/11/bloggare\\_klarad.html](http://swartz.typepad.com/texplorer/2005/11/bloggare_klarad.html)

tion som världens främsta sökmotor, bland annat genom att indexera den stora mängden av bloggar, men erbjöd ännu inte någon bred bukett av nättjänster.

År 2005 startades även videosajten Youtube, som lät vem som helst ladda upp videoklipp för allmän beskådan. Under 2006 expanderade Youtube i makalös takt och kunde snart klassas som världens största audiovisuella mediearkiv. I oktober detta samma år kom nyheten om att Google köper Youtube för vad som då sågs som en svindlande summa: 12 miljarder kronor.<sup>11</sup>

#### WEB 2.0 – SKAPANDET AV ETT BUZZWORD

Googles köp av Youtube blev startskottet till en ny IT-boom. Uppsvinget återspeglades genast i svensk press; under hösten 2006 märktes ett nyväckt intresse för vad som rörde sig i Silicon Valley.<sup>12</sup> Även i Sverige lockades riskkapital av vad som tycktes vara en växande marknad för riktad reklam, liksom av olika affärsidéer knutna till mobilt internet. Ett centralt buzzword för dessa satsningar blev web 2.0.<sup>13</sup> Begreppets innebörd förblev vag, men det associerades

11 Pelle Snickars, "Världsarkivet där alla vill vara", *Svenska Dagbladet* 2007-10-30.

12 Lars Lindström, "Vet ni att det är IT-boom nu igen?", *Expressen*, 2006-02-06; Karin Henriksson, "Silicon Valley uppe ur svackan", *Svenska Dagbladet* 2006-09-25; Karin Henriksson, "Riskkapitalet tillbaka i dalen", *Svenska Dagbladet* 2006-09-27; Kerstin Danasten, "De skapar hysteri", *Affärsvärlden* 2006-10-25; Tomas Augustsson, "Nu tvingas Nokia sänka vinstmålen", *Svenska Dagbladet* 2006-11-29; Pontus Schultz, "Den nya mediemakten är här", *Veckans Affärer* 2006-12-13; "Miljardregn över unga bolag", *Dagens Industri* 2006-12-22; Jan Gradvall, "Baby-miljardärerna tar över – om de vill", *Dagens Industri* 2006-12-22; Anders Lignell, "IT-företag lockar riskkapital", *Göteborgs-Posten* 2006-12-26; Amanda Termén, "Silicon Valley går mot en ny vår", *Göteborgs-Posten* 2007-01-02; Amanda Termén, "Här är det okej att misslyckas", *Göteborgs-Posten* 2007-01-04; Göran Ingman, "En repris av it-bubblan?", *Computer Sweden* 2007-01-24.

13 Trebor Scholz, "Market Ideology and the Myths of Web 2.0", *First Monday*, 13(3) (2008); Geert Lovink, *Networks Without a Cause. A Critique of Social Media* (Cambridge: Polity, 2011); Christian Fuchs, "Web 2.0, Prosumption, and Surveillance", *Surveillance & Society*, Vol 8, No 3 (2011); Peter Jakobsson, *Öppenhetsindustrin* (Örebro: Örebro universitet, 2012); Tatiana Bazzichelli, *Networked Disruption. Rethinking Oppositions in Art, Hactivism and the Business of Social Networking* (Aarhus: Aarhus University, 2013).

särskilt till bloggar, Wikipedia och Youtube – plattformar som inbjöd alla och envar att medverka.

Ett par månader efter att Youtube blivit uppköpt förklarade även ledningen för mobilgiganten Nokia, trängd av minskad lönsamhet, att företaget såg sin framtid just i satsningar på web 2.0.<sup>14</sup> Och när nyhetsmagasinet Time i vanlig ordning skulle utse ”årets person”, valde man ingen enskild individ. Årets person blev i stället ”you”, som i Youtube, som i sin tur fick representera det nya fenomen som alla talade om.<sup>15</sup>

Åren 2007–2008 kulminerade denna buzz kring begreppet web 2.0, enligt vad som kan utläsas ur svenska pressarkiv. Därefter ändrade tongångarna karaktär – ett skifte som sammanföll i tid med finanskrisen, vilket jag snart ska återkomma till.

Trots att det egentligen aldrig fanns någon allmänt etablerad definition av web 2.0, hade begreppet reell betydelse för att mobilisera flöden av kapital, skriver Trebor Scholz. Influerad av Michel Foucault väljer han att analysera web 2.0 som ett ”epistem”, alltså något som filtrerar vad som är möjligt att säga inom ett visst sammanhang.<sup>16</sup> En annan möjlighet vore att begripa denna buzz i termer av vad sociologer som Max Weber och Luc Boltanski har kallat för ”kapitalismens anda”, alltså en uppsättning etiska motiv för ett handlande, vilket sätter en vinstinriktad ekonomi i rörelse.<sup>17</sup>

14 Tomas Augustsson, ”Nu tvingas Nokia sänka vinstmålen”, *Svenska Dagbladet* 2006-11-29.

15 Lev Grossman, ”You – Yes, You – Are TIME’s Person of the Year”, *Time Magazine*, 2006-12-25.

16 Trebor Scholz, ”Market Ideology and the Myths of Web 2.0”, *First Monday*, 13(3) (2008).

17 Luc Boltanski & Ève Chiapello *The New Spirit of Capitalism* (London: Verso, 2005), s. 8-16.

## PROFETIOR OM EN NY KOLLEKTIVISM

I slutet av 2004 ordnade Tim O'Reilly<sup>18</sup> en av sina agendasättande teknikkonferenser i San Fransisco. Som rubrik valdes denna gång "web 2.0" – och därmed var begreppet myntat.<sup>19</sup> Dess innebörd kom ur kontrasten mot det gamla "web 1.0", som enligt O'Reilly hade präglats av enkelriktad kommunikation via statiska webbsidor. Som exempel på det nya, öppna och användardrivna nätet nämndes i synnerhet bloggar, fildelning och Wikipedia. Därtill kom ett stort intresse för att organisera information genom att låta användare själva "tagga" den med nyckelord, i stället för att sortera den i hierarkiska strukturer.<sup>20</sup>

Så här långt rörde sig samtalet om web 2.0 i huvudsak på ett tekniskt plan och i Sverige var det till en början bara teknikpressen som förde vidare de idéer som förknippades med varumärket O'Reilly.<sup>21</sup> Men efter hand kom begreppet att laddas med en allt större mening, i riktning mot ett slags etisk profetia om en pågående medierevolution.

Begrepp som deltagande, öppenhet, samarbete, transparens, demokrati och kollektiv intelligens var typiska för den buzz som skapades 2006–2008. Web 2.0 ansågs ge amatörer och gräsrotter större möjligheter att nå ut. Vad som räknades var inte längre "innehållet" (content) utan "samtalet" (conversation). Skaparkraften skulle inte längre sökas hos enskilda individer, utan i kollektiva processer.<sup>22</sup>

18 Om fenomenet Tim O'Reilly, se Fred Turner & Christine Larson, "Network Celebrity. Entrepreneurship and the New Public Intellectuals", *Public Culture*, vol. 27 (2015), nr 175, s. 53-84.

19 [https://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0\\_Summit#2004](https://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0_Summit#2004)

20 Trebor Scholz, "Market Ideology and the Myths of Web 2.0"; Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0", blogginlägg 2005-09-30, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-2.0.html>

21 Se t.ex. Jonas Ryberg, "Fem tjänster du bör ha testat i nya webbvågen", *Ny Teknik* 2005-11-16.

22 Scholz, "Market Ideology and the Myths of Web 2.0"; Lovink, *Networks Without a Cause*; Jakobsson, *Öppenhetsindustrin*; Bazzichelli, *Networked Disruption*.



Entusiasmen över web 2.0 hämtade näring från åtminstone tre populärsociologiska böcker som utkom under 2006: *The Wealth of Networks* av Yochai Benkler, *Infotopia* av Cass Sunstein samt *Wikinomics* av Don Tapscott och Anthony D. Williams. Därtill väcktes ett förnyat intresse för James Surowieckis *Wisdom of Crowds*, som även kom att utges i svensk översättning.<sup>23</sup>

Alla dessa böcker pläderade för de stora möjligheter som finns i spontan samverkan mellan människor som knyts samman i nätverk, utan att de nödvändigtvis befinner sig på samma plats eller får betalt för sina insatser. Resonemangen grundades i flera fall på Friedrich von Hayeks syn på den fria marknaden som ett slags informationsmaskin. De gav visst eko i svenska spalter, men recensionerna var ändå få till antalet<sup>24</sup> – troligen för att böckerna utkommit innan fascinationen för web 2.0 hade slagit igenom på bred front i Sverige.

Desto starkare avtryck satte Clay Shirky som med *Here Comes Everybody* iträdde rollen som ledande uttolkare av web 2.0. Våren 2008 möttes boken av en entusiastisk respons i Sverige, jämnt fördelad mellan tidningarnas kultur- och näringslivssidor. Kulturskribenter uttryckte glädje över tanken på att demokratin kan få en nytändning när politiska protester snabbt kan organiseras via nätet, vilket kopplades till den pågående proteststormen i Sverige mot planerna på statlig övervakning av internet (FRA-lagen).<sup>25</sup> Affärspressen framhöll hellre Clay Shirkys rekommendationer till företag om

23 Yochai Benkler, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom* (New Haven: Yale University Press, 2006); Cass R. Sunstein, *Infotopia. How Many Minds Produce Knowledge* (Oxford: Oxford University Press, 2006); Don Tapscott & Anthony D. Williams, *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything* (New York: Portfolio, 2006); James Surowiecki, *Massans vishet. Hur det kommer sig att flera stycken är smartare än några få och hur kollektiv klokskap formar affärsverksamheter, ekonomier, samhällen och nationer* (Stockholm: Santérus, 2007).

24 Oscar Swartz, "Min dator letar utomjordingar", *Computer Sweden* 2006-05-29; Nicklas Lundblad, "It – en revolution för kunskap eller för marknaden?", *Svenska Dagbladet* 2006-11-20; Eva Wisten, "Massans oändliga vishet", *Fokus* 40/2006 (2006-12-01); Martin Jönsson, "Wikinomisk tillväxt", *Svenska Dagbladet* 2007-10-21; Patrick Krassén, "Spontan samverkan är framtiden", *Svenska Dagbladet* 2008-06-22.

25 Anders Mildner, "Makthav", *Sydsvenska Dagbladet* 2008-04-19; Anders Mildner, "Det sociala drevets skull", *Expressen* 2008-06-18; Anders Mildner, "De

att rekrytera medarbetare som sitter på rätt nätverk av personliga kontakter, för att kunna dra fördel av de oavlönade insatser som görs i nätverket.<sup>26</sup>

#### PROFETIOR OM EN NY DELTAGARKULTUR

Buzz skapades även från forskare inom kultur- och samhällsvetenskaperna. Just när intresset för web 2.0 var som störst lanserade professorerna Henry Jenkins och Lawrence Lessig var sin bok som bejakade tanken på ett pågående epokskifte.

Henry Jenkins är litteraturvetare vid MIT som under många år har intresserat sig för så kallad fanfiction, alltså hur amatörer bygger vidare på andra författares karaktärer och berättelser, helt utan kommersiella motiv.<sup>27</sup> Under 2000-talet kretsade hans forskning kring hur ”transmedialt berättande” bidrar till en ”konvergens” mellan olika medietyper, exempelvis film och datorspel.<sup>28</sup>

Ur dessa tendenser kom Henry Jenkins att förutspå ett paradigmskifte som var på väg att fullbordas tack vare de nya medierna. Utvecklingen av web 2.0 skulle – om inte medieindustrin lyckades dra i bromsen – bidra till en maktöverföring från sändaren till mottagaren, från storföretag till gräsrotter. Så löd det optimistiska budskapet som Henry Jenkins lade fram i sin bok *Konvergenskulturen* (2006).<sup>29</sup>

Boken uppmärksammades år 2007–2008 på svenska kultursidor, framför allt av forskare inom medie- eller litteraturvetenskap. Alla

---

sociala dreven är här”, *Neo* 5/2008; ”Tillsammans är vi starka”, osignerad kulturnotis, *Aftonbladet* 2008-08-04.

26 Martin Jönsson, ”Alla på en gång”, *Svenska Dagbladet* 2008-04-06; Fredrik Wass, ”Ta hjälp av alla”, *Veckans affärer* 2008-05-21.

27 Henry Jenkins, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture* (New York: Routledge, 1992).

28 Henry Jenkins, ”The Cultural Logic of Media Convergence”, *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7 (2004), s. 33–43.

29 Henry Jenkins, *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide* (New York: New York University Press, 2006); Henry Jenkins, *Konvergenskulturen. Där nya och gamla medier kolliderar*, övers. Per Sjödén (Göteborg: Daidalos, 2008).

sympatiserade de med den positiva visionen och instämde i att det fanns en potential i de uttryck som Jenkins studerat. Åsikterna gick däremot isär om huruvida web 2.0 verkligen höll på att fullborda ett paradigmskifte.<sup>30</sup>

Först ut att recensera Konvergenskulturen var Pelle Snickars som med stor entusiasm konstaterade att ”webben har gjort den gamla media sändare–mottagare-modellen helt obsolet”, åtminstone för den fildelande generation där ”mediekonsumtion och digital kreativitet alltmer glidit samman”. Obsolet blir då även, menade Snickars, den ”mediekritiska pessimism” som odlats av bland andra Noam Chomsky och Robert McChesney, vilka tenderat att se mediekonsumenten som ett offer för manipulation.

Henry Jenkins presenterade även ett kulturhistoriskt utvecklingschema med inslag av profetia; ”en rörelse från folklig allmogekultur, över kommersiell masskultur till digital konvergenskultur”. Annorlunda uttryckt: amatörismen är den mänskliga kulturens normaltillstånd, kulturindustrin bara en historisk parentes.<sup>31</sup> Här fanns uppenbara influenser från Marshall McLuhans idéer om ”den globala byn”.<sup>32</sup>

Två år efter Jenkins bok lanserades en snarlik historieschematik i boken *Remix* (2008) skriven av Lawrence Lessig, juridikprofessor vid Stanford. Där tolkades nätets nya ”remixkultur” som ett epokskifte från passiv mediekonsumtion till aktivt deltagande – ett epokskifte som samtidigt skildrades som en återgång till en förindustriell, folklig kultur byggd på muntlig trading.<sup>33</sup>

30 Pelle Snickars, ”Användarna utmanar om mediemakten”, *Svenska Dagbladet* 2007-05-15; Bo Reimer, ”Kreativa kulturkrokar”, *Sydsvenska Dagbladet* 2007-08-28; Nicklas Lundblad, ”Traditionella media tar tillbaka makten”, CIO Sweden, 2007-09-20; Johannes Björk, ”Mediekrock”, *Aftonbladet* 2008-07-30; Anders Johansson, ”Mediekrock”, *Expressen* 2008-08-18; Björn Rosdahl, ”Pokemon, ungdomen och nätet”, *Helsingborgs Dagblad* 2008-09-08.

31 Pelle Snickars, ”Användarna utmanar om mediemakten”, *Svenska Dagbladet* 2007-05-15; se även Pelle Snickars, ”Mediehistorien är på väg mot sitt slut”, *Svenska Dagbladet* 2007-06-24.

32 Marshall McLuhan, *Gutenberggalaxen. Den typografiska människans uppkomst*, övers. Richard Matz (Stockholm: Pan/Norstedts, 1969), s. 44.

33 Lawrence Lessig, *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy* (New York: Penguin Press, 2008).

Under sina föreläsningsturnéer illustrerade Lessig sina teser med hjälp av videoklipp som användare laddat upp på Youtube – den ännu unga sajten som nyligen blivit uppköpt av Google. Egentligen finns det inga förlorare när ”konst och kommers frodas i hybrid-ekonomi”, som det påstods i undertiteln till Remix. Föräldrade upphovsrättslagar riskerade visserligen att hämma utvecklingen, men för detta hade Lessig en särskild lösning: creative commons, en uppsättning upphovsrättsliga licenser som låter rättsinnehavaren själv släppa en del av kontrollen.<sup>34</sup>

Lawrence Lessigs idéer om remixkultur åtnjöt betydande uppmärksamhet i svensk press under 2009, särskilt i februari då den första rättegången mot The Pirate Bay hölls i Stockholms tingsrätt. När journalisterna Anders Rydell och Sam Sundberg, aktuella med reportageboken *Piraterna*, varnade för att piratjakten kunde ”hämma den tekniska utvecklingen”, så gjordes det under åberopan av Stanfordprofessorn.<sup>35</sup> Senare samma år bjöds Lawrence Lessig dessutom in till Sveriges riksdag för att föreläsa inför en fullsatt andrakammarsal. Bakom arrangemanget stod Kungliga biblioteket och dess forskningschef Pelle Snickars, i samarbete med enskilda riksdagsledamöter från M och MP.<sup>36</sup>

Min receptionsstudie visar tydligt hur Lawrence Lessig har tilldelats skiftande roller i svensk debatt. Under periodens början, kring år 2005, hänvisades ofta till Lessig när kultur- och ledarsidorna diskuterade frågor om upphovsrätt. Då framstod han som en nyanserad reformist, som förespråkade en balans mellan inlåsning och

---

34 Creative Commons grundades år 2001 av bland andra Lawrence Lessig, som pläderade för behovet av friare licensiering redan i boken *Free Culture. How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity* (New York: Penguin Press, 2004).

35 Anders Rydell & Sam Sundberg, ”Politikerna duckar fejt för internetfrågorna”, *Göteborgs-Posten* 2009-02-15; Rydell, ”Anders Rydell om varför rättegången mot Pirate Bay är en politisk strid”, *Aftonbladet* 2009-02-07; Rydell, ”Pirater på plankan”, *Aftonbladet* 2009-04-16.

36 Hans Rosén, ”Lessig vill öppna grindarna till den digitala allmänningen”, *Dagens Nyheter* 2009-11-18; Kungliga biblioteket, ”Lawrence Lessig i Riksdagen”, kb.se 2009-10-20.

öppenhet.<sup>37</sup> Hans namn var däremot nästan helt frånvarande under de följande åren, när fildelningsdebatten var som mest polariserad. Efter att ha utgivit Remix blev Lessig åter flitigt omskriven kring år 2009 men nu i rollen som nätprofet med budskap om ett pågående epokskifte.<sup>38</sup> På 2010-talet gled han åter tillbaka i sin tidigare roll som sansad kompromissförespråkare.<sup>39</sup> Som sådan föreläste han på konferenser för den svenska mediebranschen och utnämndes 2013 till hedersdoktor vid Lunds universitet.<sup>40</sup>

- 
- 37 Ulf Dalquist, "Kulturen måste befrias!", *Göteborgs-Posten* 2005-01-25; Ola Larsmo, "Vad ska få flöda fritt?", *Dagens Nyheter* 2005-03-21; Henrik Berggren, "Rör inte mitt varumärke", *Dagens Nyheter* 2005-10-07; Sven Nilsson, "Pirat-hyllan", *Sydsvenska Dagbladet* 2005-11-17; Per Ericson, "Säljarna har rätt, kunderna makt", *Svenska Dagbladet* 2006-06-09; Lars Ilshammar & Ola Larsmo, 404. *Utflykter i glömskans landskap* (Stockholm: Atlas, 2005), s. 90-94.
- 38 Pelle Snickars, "Mot ett snålare internet", *Svenska Dagbladet* 2008-11-05; Anders Rydell, "Pirat-koden", *Aftonbladet* 2009-02-07; Anders Rydell & Sam Sundberg, "Politikerna duckar fejt för internetfrågorna", *Göteborgs-Posten* 2009-02-15; Karl Sigfrid, "Ny tid kräver ny upphovsrätt", *Svenska Dagbladet* 2009-02-16; Anders Rydell, "Pirater på plankan", *Aftonbladet* 2009-04-16; Anders Mildner, "En genomgripande förändring", *Sydsvenska Dagbladet* 2009-04-22; Mikael Zackrisson, "Maktstriden om framtiden", *Veckans Affärer* 2009-05-20.
- 39 "Upphovsrätten kräver nytänkande och mod", ledare i *Dagens Industri* 2010-02-15; Sverker Lenas, "Ajöss för nätet som vi känner det", *Dagens Nyheter* 2010-08-11; Adam Svanell, "Konsten att dela med sig", *Svenska Dagbladet* 2012-02-10; Andreas Ekström, intervju med Lawrence Lessig, "Systemet har gått sönder", *Sydsvenska Dagbladet* 2012-09-14; Josefin Jakobsson, "Nätanvändarna kommer slå tillbaka", *Svenska Dagbladet* 2012-11-07; Karl Sigfrid, "Är det politiska etablissemanget redo för en upphovsrättsreform?", i Jonas Andersson & Pelle Snickars (red.), *Efter The Pirate Bay* (Stockholm: Kungliga biblioteket, 2010), s. 317-335.
- 40 Kajsa-Stina Kalin, "Regionen betalar för att locka kongresser", *Sydsvenska Dagbladet* 2012-04-14; Katarina Strömberg, "Möten för dina digitala affärer", *Internetworld* 2012-09-11; Oskar Ekström, "Innovation inte bara teknik", *Sydsvenska Dagbladet* 2012-09-11; "Flera nya hedersdoktorer", *Skånska dagbladet* 2013-02-26.

## CHRIS ANDERSON OCH DEN LÅNGA SVANSEN

Av alla nollnolltalets nätprofeter fanns det en vars genomslag vida översteg alla andras, åtminstone i Sverige: Chris Anderson, chefredaktör för teknikmagasinet *Wired*. Till skillnad från flera av de ovannämnda hade han ingen akademisk karriär att upprätthålla. Därför kunde han helhjärtat satsa på framgång i den genre som brukar kallas för "flygplatsböcker": böcker som riktar sig till affärsmän med en lättsam kombination av trendspaningar och populärvetenskap, som utmynnar i råd om hur man kan tjäna pengar i den nya ekonomin.<sup>41</sup>

Chris Andersons båda böcker *The Long Tail* (2006) och *Free* (2009) var inte bara framgångsrika produkter i sig, utan lade också grunden för en välbesökt föreläsningsskarriär, som även skulle föra honom till Sverige.

Teorin om "den långa svansen" utgår från observationen att e-handel medför sänkta marginalkostnader, som nationalekonomer brukar säga. När produkterna är digitala kan företag lika gärna erbjuda tusentals alternativ i stället för tiotals, utan att det medför extra lagerkostnader. Ur detta faktum drog Chris Anderson en ytterst långtgående slutsats: att e-handeln skapar en ny ekonomi och på köpet även en ny kultur. Företagen behöver då inte längre bry sig om enskilda storsäljare. Inom de olika kulturindustrierna kommer topplistas andel av den totala försäljningen bara att minska; i summan av de många småsäljarna finns nyckeln till lönsamhet. Konsumenternas fria val kommer att leda dem bort från den gamla masskulturen, till en allt större fragmentering i små nischkulturer. Och allt detta är inte bara ofrånkomligt utan även positivt för såväl kulturen som ekonomin, menade Chris Anderson.

Profetian lades först fram hösten 2004 som en artikel i *Wired*<sup>42</sup> och medan Chris Anderson arbetade på att utöka artikeln till en bok växte intresset. Redan innan den skrivits tycktes *The Long Tail*

41 För diskussioner om "flygplatsböcker" som genre, se Andreas Bergh, "Vad är en flygplatsbok?", blogginlägg på andreasbergh.se 2008-08-24; Anders Mildner, "Tecken i tiden", *Sydsvenska Dagbladet* 2008-12-02; Martin Gelin, "Ingenting är gratis i den fria världen", *Aftonbladet* 2009-07-11; Kristofer Ahlström, "När slackern mötte yupprien", *Arena* 4/2013.

42 Chris Anderson, "The Long Tail", *Wired*, oktober 2004.

vara förutbestämd att bli årets, om inte årtiondets, viktigaste affärsbok. När boken väl utkom, sommaren 2006, togs den emot som en stor händelse i svensk press – inte bara i ekonomiavdelningen, utan även på kultur- och ledarsidor.

Våren 2007 utkom *Den långa svansen* på svenska, vilket gav ytterligare skjuts åt uppmärksamheten, och tv-tittarna fick se ett specialreportage om ”topplistas fall” i SVT:s kulturmagasin *Kobra*.<sup>43</sup>

*The Long Tail* nådde alltså läsarna precis samtidigt som det började talas om en ny IT-boom i Silicon Valley, samma höst som Google köpte Youtube – videosajten som redan tycktes tillgodose varje obskyrt nischintresse. Boken hamnade onekligen helt rätt i tiden.

Svensk press nämnde flera exempel på Chris Andersons inflytande i mediebranschen. Svenska filminstitutets nya vd Cissi Elwin berättade om hur *The Long Tail* fått henne att komma till insikt om att vi lever i en brytningstid.<sup>44</sup> Programdirektören på Kanal 5 inspirerades av Chris Anderson till idén att starta flera olika tevekanaler, i stället för att maximera publiken i en enda kanal.<sup>45</sup> Per Sundin, vd för Sveriges största skivbolag SonyBMG, köpte in 60 exemplar för att dela ut till sin personal. En praktisk lärdom blev att digitalisera hela katalogen för att kunna distribuera även gamla inspelningar över nätet.<sup>46</sup> Liknande slutsatser drogs av bokförläggare efter att de läst *The Long Tail*.<sup>47</sup> Stadsbiblioteken i Stockholm och Göteborg hänvisade till Chris Anderson när de kungjorde satsningar på att lyfta fram ”den långa svansen” av äldre, sällan utlånade böcker.<sup>48</sup>

43 SVT, 2007-04-16, 21.30 *Kobra*.

44 Magnus Västerbro, ”För filmen i tiden”, *Dagens Nyheter* 2006-08-20.

45 Peter Willebrand, ”Beckung lovar nya kanaler”, *Resumé* 2009-09-06.

46 Martin Gelin, ”Filtrera dig fram till frihet”, *Sydsvenska Dagbladet* 2007-04-08.

47 ”Abonnemang livsviktiga för bokhandeln”, *Svensk Bokhandel* 19/2006; Kerstin Sjöden, ”Böcker säljer bättre än någonsin”, *Sydsvenska Dagbladet* 2007-07-22; ”E-boken i väntan på sitt genombrott”, *Svensk Bokhandel* 10/2008.

48 Håkan Grissler, ”En bred mötesplats på modern kontaktyta”, *Göteborgs-Posten* 2008-01-04; John Swedenmark, ”Olika kommuners kultur”, *LO-tidningen* 2009-08-21; Stockholms stadsbibliotek drev 2009–2011 en blogg med litteraturltips vid namn ”Långa svansen”.

## TVIVEL KRING DEN LÅNGA SVANSEN

Efter hand blev teorin om long tail allt mer ifrågasatt – från två motsatta håll.<sup>49</sup> Å ena sidan fanns de som höll med i Chris Andersons prognos, men gjorde en motsatt värdering: att den kulturella fragmenteringen riskerar att göra oss stressade, isolerade och obildade.<sup>50</sup> Å andra sidan fanns de som delade Andersons positiva värdering av mångfald, men betvivlade att den faktiska medieutvecklingen pekade i denna riktning.<sup>51</sup>

Spänningen mellan dessa två typer av nätskepsis skulle leva vidare på 2010-talet. Här går att dra en parallell till 1990-talets globaliseringsdebatt, där det förutom ”globaliseringsförespråkare”<sup>52</sup> fanns såväl ”globaliseringsmotståndare”<sup>53</sup> som ”globaliseringsförnekare”.<sup>54</sup> Då debatterades huruvida globaliseringen verkligen utgjorde en ny epok med nya spelregler – eller bara samma gamla kapitalism. Samma slags fråga har på 2010-talet ställts i digitaliseringsdebatten.

Chris Anderson hade förutspått att det skulle finnas allt färre samtalsämnen att kallprata om på arbetsplatserna, när människor exempelvis inte ser på samma tv-serier. «Vädret är det enda som finns kvar av vår gemensamma kultur», påstod han.<sup>55</sup> Vissa skribenter invände att han då underskattade människors vilja att dela kulturella referensramar med varandra – en vilja som samlar miljoner framför tv-program som Melodifestivalen.<sup>56</sup> I kölvattnet av den

49 Martin Gelin, intervju med Chris Anderson, *Sex. Intervjutidning om populärkultur*, 10-11/2007.

50 Per Svensson, ”En svans i kostym”, *Expressen* 2007-04-22; Mikael Strömberg, ”Välkommen till paradiset... eller mångfaldshelvetet?”, *Aftonbladet* 2007-05-08.

51 Anders Mildner, ”Lägerelden värmer än”, *Sydsvenska Dagbladet* 2007-12-24.

52 Johan Norberg, *Till världskapitalismens försvar* (Stockholm: Timbro, 2001).

53 Hans-Peter Martin & Harald Schumann, *Globaliseringsfällan. Angreppet på demokrati och välfärd*, övers. Joachim Retzlaff (Eslöv: Symposion, 1997).

54 Paul Hirst & Grahame Thompson, *Myten om den globala ekonomin*, övers. Lillemor Ganuza Jonsson (Stockholm: Atlas, 1998); Johan Ehrenberg, *Globaliseringsmyten* (Stockholm: Norstedts, 1998).

55 Gelin, intervju med Anderson, *Sex*.

56 Anders Mildner, ”Lägerelden värmer än”, *Sydsvenska Dagbladet* 2007-12-24; ”A World of Hits”, *The Economist* 2009-11-26; Märten Blomkvist, ”Stort blir större”, *Dagens Nyheter* 2009-12-09.



ekonomiska krisen rapporterades också om hur tv-tittandet ökat, sedan människor sparat in på övriga nöjesutgifter.<sup>57</sup>

Anita Elberse, professor i företagsekonomi vid Harvard, menade sig ha vederlagt Andersons tes genom att studera några lagliga tjänster för musik- och filmdistribution. Hon drog slutsatsen att topplistan står för en allt större andel av totalkonsumtionen. Ur en strikt kommersiell synvinkel är den långa svansen ointressant, menade Elberse, vars krassa råd till medieföretagen blev att satsa krutet på lansering av enstaka bästsäljare, utformade för bredast möjliga målgrupp.<sup>58</sup>

Just denna tendens har märkts på 2000-talets svenska bokmarknad, där en handfull deckarförfattare nått enorma försäljningsframgångar, samtidigt som den smalare skönlitteraturen lider av minskade upplagor. På motsvarande sätt befäster filmindustrin en topplistelogik genom att producera allt färre filmer, med allt större budget per film.<sup>59</sup> Även på musiksidan har vissa menat att långsvanteorin har vederlagts, exempelvis när en studie visade att den stora majoriteten av alla låtar som var till salu i nätbutikerna inte sålde ett enda exemplar under 2008.<sup>60</sup>

När reklambranschtidningen Resumé skulle summera nolltollet, framhövdes just hur den ekonomiska krisen lett till en omkastning av den utveckling som Chris Anderson hade förutspått. Topplistan blir bara kortare. Allt större marknadsföringsresurser

---

57 Jan Gradvall, "Ny teknik – gammalt beteende", *Dagens Industri* 2009-04-17; "The Triumph of the Monthly Bill", *The Economist* 2009-10-08.

58 Anita Elberse, "Should You Invest in the Long Tail?", *Harvard Business Review*, juli–augusti 2008, <https://hbr.org/2008/07/should-you-invest-in-the-long-tail/>; Anita Elberse, *Blockbusters. Hit-Making, Risk-Taking, and the Big Business of Entertainment* (New York: Henry Holt and Company, 2013); "A World of Hits", *The Economist* 2009-11-26; Blomkvist, "Stort blir större"; Mikael Feldbaum, "Fixstjärnorna dominerar", *Arena* 2013-10-29.

59 Clas Barkman, "Bästsäljarna slukar marknaden", *Dagens Nyheter* 2010-09-21; Rasmus Fleischer, *Boken* (Stockholm: Ink, 2011), s. 65-67; Kristofer Ahlström, "När slackern mötte yupprien", *Arena* 2013-09-17; Feldbaum, "Fixstjärnorna dominerar".

60 "Long tail"-teorin får kritik", *TT Spektra* 2008-12-22; Håkan Engström, "Tio miljoner låtar som ingen vill lyssna på", *Sydsvenska Dagbladet* 2008-12-30.

läggs på allt färre produkter. Att pressa marginalerna på dessa supersölsäljare blir allt viktigare för lönsamheten.<sup>61</sup>

Ingen har på allvar förnekat att digital distribution ökar tillgängligheten av gammalt, obskyrt eller nischat material. Tvivelaktig är däremot Chris Andersons slutledning: att topplitekulturen därför måste förlora i betydelse. En alternativ analys är att det nya medieklimatet har främjat både den långa svansen av amatörverksamhet och kulturindustrins hårt marknadsförda kioskvältare. Allt däremellan hotar däremot att försvinna: exempelvis de författare som brukade sälja i upplagor om några tusen böcker, eller den kvalificerade kritiken på kultursidorna – sådant som är nödvändigt för att man ska kunna tala om ”den bildade allmänheten”. Allt detta som varken är brett eller smalt har fått sämre villkor i det samtida medieklimatet, enligt en rad bedömare.<sup>62</sup>

Just detta medieklimat blev föremål för en indignerad attack från Andrew Keen i boken *The Cult of the Amateur* (2007)<sup>63</sup>, som väckte viss uppståndelse även i Sverige. Författaren, själv verksam som entreprenör i Silicon Valley, intog villigt rollen som rabulist och provokatör. Hans anti-entusiastiska budskap gav honom ett rykte som ”nätsoppans salt”<sup>64</sup> och i denna roll blev han en eftertraktad föreläsare på just de konferenser som i övrigt präglades av en otyglad teknikoptymism.

Andrew Keen accepterade den tolkning av nätets logik som hade etablerats av nätprofeter som Clay Shirky och Chris Anderson – han gjorde bara en motsatt värdering. Problemet med web 2.0 var

61 Viggo Cavling, ”Nollnolltalet – en kort sammanfattning”, *Resumé* 50–53/2009; Jan Gradvall, ”Storsäljarnas dominans viftar bort svansteorin”, *Dagens Industri* 2015-05-22; Jan Gradvall, ”Prickarna som toppar spellistorna”, *Dagens Industri* 2015-09-11.

62 Grant McCracken, ”Of Long Tails and Fat Middles. Plenitude and the Production of Contemporary Markets”, bloggpost, 2005-11-14, [https://web.archive.org/web/20060316220930/http://www.cultureby.com/trilogy/2005/11/of\\_long\\_tails\\_a.html](https://web.archive.org/web/20060316220930/http://www.cultureby.com/trilogy/2005/11/of_long_tails_a.html); Magnus Eriksson, ”Talangfunktionen”, bloggpost, 2007-11-22, <http://old.blav.se/2007/11/22/talangfunktionen/>; Anders Rydell, ”Bakåt eller framåt?”, *Konstnären* 4/2010; Fleischer, *Boken*, s. 65-67.

63 Andrew Keen, *The Cult of the Amateur. How Today's Internet is Killing Our Culture and Assaulting Our Economy* (London: Brealey, 2007).

64 Andreas Ekström, ”Nätsoppans salt”, *Sydsvenska Dagbladet* 2012-10-17.

just att det främjar kollektivism, amatörism och ökad valfrihet – vilket enligt Keen var liktydigt med att massan kväver individen, att expertkunskaper ignoreras och att kvalitet trängs undan av lättsmält underhållning. Det nya nätet ”dödar vår kultur och tär på vår ekonomi”, hävdade bokens undertitel. I svenska tidningar recenserades den av samma skribenter som redan hunnit profilera sig som förmedlare av de mer optimistiska nätprofetiorna. Alla var överens om att Andrew Keen stod för grava överdrifter och en känslgrundad konservatism – men de pekade också samfällt på behovet av en motvikt till nätprofeternas enkelspåriga entusiasm.<sup>65</sup>

Under 2008 fördes i Sverige en kulturdebatt om amatörism, där Keen förblev en referenspunkt.<sup>66</sup> Men därefter upphörde han att spela någon nämnvärd roll i nätdebatten. På sin höjd anfördes Keen som ett avskräckande exempel på hur en sund skepsis mot de nya medierna riskerar att slå över i ett slentrianmässigt försvar av de gamla mediernas eliter. Hans bok *Digital Vertigo* (2012) uppmärksammades knappt alls i Sverige<sup>67</sup> medan däremot Internet är inte svaret (2015) blev översatt.<sup>68</sup> Budskapet var nu mer politiskt: staten måste ta kommando och tämja internet. Hösten 2015 genljöd detta

65 Anders Mildner, ”Bloggen – en pigg tioåring”, *Hallands nyheter* 2007-03-21; Jan Gradvall, ”Kontroversiellt om nätets amatörer”, *Dagens Industri* 2007-06-21; Andres Lokko, ”Bananretorik”, *Expressen* 2007-08-02; Karin Rebas, ”Amatörernas tidevarv”, *Dagens Nyheter* 2007-08-03; Niklas Ekdal, ”Med hunden i himlen”, *Dagens Nyheter* 2007-08-05; Martin Jönsson, ”Wikinomisk tillväxt”, *Svenska Dagbladet* 2007-10-21; Pelle Snickars, ”Världsarkivet där alla vill vara”, *Svenska Dagbladet* 2007-10-30; Ola Wihlke, ”I paradiset för amatörer”, *Norrköpings Tidningar* 2008-01-04.

66 Andreas Ekström, ”Debatt utan heder”, *Sydsvenska Dagbladet* 2008-01-09; Rasmus Malm, ”När amatörerna tar över scenen”, *Göteborgs-Posten* 2008-08-06; Klas Ekman, ”Sverige har blivit Amatörernas afton”, *Metro* 2008-11-21; jfr Rasmus Fleischer, ”Bönhasarnas revansch? Regleringen av musiklivets amatörer”, *Fronesis* 31 (2009), s. 49-62 och Fleischer, *Det postdigitala manifestet. Hur musik äger rum* (Stockholm: Ink, 2009).

67 Endast en recension verkar ha publicerats; Ekström, ”Nätsoppans salt”.

68 Andrew Keen, *Internet är inte svaret* (Stockholm: Volante, 2015).

i en rad författarporträtt i dagspressen,<sup>69</sup> även om recensenternas åsikter var mer blandade.<sup>70</sup>

#### FRÅN ”WEB 2.0” TILL ”MOLNET” OCH ”SOCIALA MEDIER”

Här bör också noteras hur begreppet web 2.0 i tysthet har fasades ut från de tongivande nätdiskussionerna. I dess ställe kom två nya buzzwords: ”molnet” och ”sociala medier”.

Skiftet kan i Sverige dateras till omkring år 2008. Ett typiskt exempel på den nya retoriken var det tolvsidiga reportage om nätets framtid som nyhetsmagasinet Fokus lät trycka i april 2008: ”Molnet förändrar allt”.<sup>71</sup>

Till stor del syftade web 2.0 och molnet på samma grupp av kommersiella nättjänster, men betydelseförskjutningen är tydlig. Vad som försvunnit är de etiskt laddade associationerna till deltagarkultur, öppenhet och demokrati. I stället värderas mobilitet, ständig uppkoppling och bekväm konsumtion.<sup>72</sup> Ofta nämndes musik-tjänsten Spotify som exempel på en lyckad molntjänst. Skillnaden mellan Youtube och Spotify är illustrativ – den ena tjänsten bjuder in vem som helst att ladda upp material, den andra bygger på att tillhandahålla sådant som redan har passerat genom skivbolagen.

De nättjänster som är mer inriktade på kommunikation mellan användarna fick efter hand ett nytt samlingsnamn: ”sociala medier”.

69 Peter Letmark, ”Han vill sticka hål på utopin om internet”, *Dagens Nyheter* 2015-10-06; Jan Andersson, ”Vi står vid ett vägskal”, *Göteborgs-Posten* 2015-10-12; Jill Bederoff, ”Nätet har blivit ett hot”, *Veckans affärer* 2015-10-15.

70 Lisa Irenius, ”Fyra anledningar att förhålla sig kritiskt till sociala medier”, *Svenska Dagbladet* 2015-10-11; Linda Skugge, ”Andrew Keen vet hur man sätter skräck i folk”, *Göteborgs-Posten* 2015-10-13; Mattias Svensson, ”Snabbt, billigt – och uselt”, *Aftonbladet* 2015-10-16; Pelle Snickars, ”Vem ska tämja internet”, *Dagens Nyheter* 2015-10-31.

71 Fredrik Wass, ”Molnet förändrar allt”, *Fokus* 15/2008, 2008-04-11.

72 Rasmus Fleischer, ”Från lagringskultur till streamingkultur. Om att skriva samtidens näthistoria”, i Marie Cronqvist, Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), *Återkopplingar* (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2014), s. 219-234.

Begreppet dök upp i Sverige under 2007<sup>73</sup> men kom inte i allmänt bruk förrän 2010. Framför allt har det associerats med ett antal nät-tjänster med bas i USA: Facebook (som slog igenom i Sverige under sensommaren 2007),<sup>74</sup> Twitter (våren 2009) och Instagram (kring årsskiftet 2012–2013).

#### CHRIS ANDERSON OCH GRATISTRENDEN

Efter succén med *The Long Tail* lanserade Chris Anderson ännu en tes om digitaliseringen: att allt som är digitalt kommer att bli gratis och att det är en smart affärsstrategi att ge bort saker. Budskapet presenterades först i början av 2008 genom en artikel i *Wired*.<sup>75</sup> Ungefär samtidigt publicerade Kevin Kelly en artikel som pläderade för att gratistrenden gör det lättare att ta betalt för allt sådant som inte kan kopieras, som är ”bättre än gratis”, exempelvis levande musik och personliga tjänster.<sup>76</sup>

Artiklarna fick ett positivt mottagande i svensk press, både på näringslivs- och kultursidorna. Det fanns en märkbar respekt för Chris Andersons och Kevin Kellys status som nätprofeter.<sup>77</sup> Så fort

73 Då användes uttrycket ”sociala medier” mest i rapporteringen från Barack Obamas presidentvalkampanj i USA. Se t.ex. ”Den digitala valrörelsen”, *TT* 2007-12-14.

74 Martin Jönsson, ”Därför grasserar Facebookfebern”, *Svenska Dagbladet* 2007-08-22; Lina Kalmteg, ”Anonyma exhibitionister”, *Svenska Dagbladet* 2007-09-09.

75 Chris Anderson, ”Free! Why \$0.00 Is the Future of Business”, *Wired* 2008-02-25.

76 Kevin Kelly, ”Better Than Free”, bloggpost, [kk.org](http://kk.org) 2008-01-31.

77 Adam Erlandsson, ”Gratis regerar i en värld av kopior”, *Svenska Dagbladet* 2008-02-28; Billy Andersson, ”Billigt, billigare, allt gratis”, *Resumé* 2008-03-06; Patrik Svensson, ”Gratis är faktiskt gott”, *Sydsvenska Dagbladet* 2008-03-15; Jan Gradvall, ”När allt är gratis blir det viktigare att betala”, *Dagens Industri* 2008-04-18; Fredrik Wass, ”När allt blir gratis”, *Internetworld* 2008-04-28; ”Kris i musikbranschen - eller?”, *TT Spektra* 2008-05-12; Linus Larsson, ”Avgifterna är döda på webben”, *Computer Sweden* 2008-06-04.

Chris Anderson avslöjat ämnet för sin kommande bok, konstaterades att "gratis" skulle bli årets ord i mediebranschen.<sup>78</sup>

Våren 2008 märktes ännu ingen som ifrågasatte tesen om att nätets utveckling oveckligen går mot att allt mer blir gratis. Flera skribenter nämnde hur tidningar som New York Times nyligen hade gett upp försöken att ta betalt för artiklarna som läggs ut på nätet.<sup>79</sup> Andra hänvisade till musiktjänsten Spotify, som redan hade öppnats för en utvald skara och vars affärsidé vid denna tid var just att göra musiken gratis genom att varva den med reklamj singlar.<sup>80</sup>

Reklam var en av de affärsmodeller som omhulldes av Chris Anderson. En annan var att företaget kan ge bort en produkt för att skapa efterfrågan på en annan produkt. För det tredje populariserades nu begreppet freemium, som betecknar en affärsmodell där en tjänst erbjuds i två olika versioner; en enklare gratisversion och en bättre premiumversion. Det räcker då att en procent av användarna väljer att betala för premiumversionen för att nå lönsamhet, menade Chris Anderson.<sup>81</sup>

Den 4 februari 2009 föreläste han i Malmö inför 600 personer ur mediebranschen. Budskapet var att allt digitalt kommer att bli gratis, vilket ingalunda stod i motsättning till att han enligt uppgift kunde fakturera en halv miljon kronor för föreläsningen.<sup>82</sup> På scenen satt även, inbjudna för att ställa frågor om gratisekonomin, företrädare för medieföretag som Bonniers, Spotify och SVT.

Bakom evenemanget stod organisationen "Media Mötesplats Malmö" som finansierades av Malmö stad och Region Skåne, till-

78 Martin Jönsson, "Affärsmodeller", *Svenska Dagbladet* 2008-01-13.

79 Jönsson, "Affärsmodeller"; Wass, "När allt blir gratis"; Larsson, "Avgifterna är döda på webben".

80 Adam Svanell, "Reklam ska göra musiken gratis", *Svenska Dagbladet* 2008-04-07; Jonna Sima, "Lyssna lagligt med ny tjänst", *Dagens Nyheter* 2008-07-22; Aron Andersson, "'Google och Twitter har ersatt allt i livet'", intervju med Chris Anderson, *Metro Teknik* 2009-02-04.

81 Chris Anderson, "Free!"; Fredrik Wass, "När allt blir gratis"; Fredrik Wass, "Kampen om annonserna", *Fokus* 15/2008, 2008-04-11; Urban Lindstedt, "Fä räcker för att tjäna pengar på gratishandeln", *Internetworld* 2008-08-26.

82 Kristofer Steneberg, "Trendgurun talar ut", *Dagens Industri* 2009-02-06; Marcus Joons, "Han blev rik på gratis", *Fokus* 2009-12-11; Torbjörn Carlborn, "Gratismiljonärerna", *Veckans Affärer* 2010-08-19.

sammans med Malmö högskola samt en rad privata medieföretag, bland andra Sydsvenskan. Den hade skapats när KK-stiftelsen år 2005 inledde en strategisk satsning på att förvandla Malmö till ett centrum för tillväxt inom ”nya media”. Syftet med den påkostade tillställningen var att marknadsföra Malmö som en stad i den digitala revolutionens framkant.<sup>83</sup> Offentliga myndigheter hade alltså en betydande del i den svenska återlanseringen av Chris Anderson som nätprofet.

Tillställningen skildrades i svensk press som något av ett väckelsemöte för mediebranschen; Chris Anderson betecknades rutinmässigt som en ”guru”. Budskapet om en ny gratisekonomi gavs bred uppmärksamhet, såväl i teknik- och affärspress som på kultur- och ledarsidor, där det kopplades till debatten om den stundande rättegången mot The Pirate Bay.<sup>84</sup>

Alla i publiken var förvisso inte odelat entusiastiska. Bokförläggaren Richard Herold, då förlagschef på Atlas, skrev på sin blogg:

Även om jag tror att han har rätt (vilket innebär att e-böcker och ljudböcker kommer att vara gratis för kunden om några år, vi måste hitta andra vägar att ta betalt), blev hans laissez-fairejargong till slut

83 KK-stiftelsen, *Upplevelseindustrin: kapitel ett* (Stockholm: KK-stiftelsen, 2008), s. 60–61; Andreas Ekström, ”Het medieguru gör nedslag i Malmö krönika”, *Sydsvenska Dagbladet* 2009-02-04; Media Mötesplats Malmö, arkiverad webbsida, 2009-02-20, <https://web.archive.org/web/20090220221118/http://www.mmmalmo.se/index.aspx>

84 Aron Andersson, ”Google och Twitter har ersatt allt i livet”, intervju med Chris Anderson, *Metro Teknik* 2009-02-04; Andreas Ekström, ”Het medieguru gör nedslag i Malmö krönika”, *Sydsvenska Dagbladet* 2009-02-04; Andreas Ekström, ”Hans affärsidé: ge bort saker gratis och bli rik”, *Sydsvenska Dagbladet* 2009-02-05; Madelene Hellström, ”Chris Anderson frälste Malmö”, *IT24* 2009-02-05, <http://it24.idg.se/2.2275/1.210026/chris-anderson-fralste-malmo>; Kristofer Steneberg, ”Trendgurun talar ut”, *Dagens Industri* 2009-02-06; Linda Fagerström, ”Halleluja, allt är gratis!”, *Helsingborgs Dagblad* 2009-02-05; Peter J. Olsson, ”Det bästa i livet är fritt”, *Kvällsposten* 2009-02-07; Mikael Zackrisson, ”Allt digitalt blir gratis”, intervju med Chris Anderson, *Veckans Affärer* 2009-02-12; Anders Mildner, ”Rekordlång rättegång väntas”, *Norrbottnenskuriren* 2009-02-16; Pelle Snickars, ”Juridiken liknar science fiction”, *Svenska Dagbladet* 2009-02-16; Oscar Swartz, ”Naturligt göra det fula”, *Computer Sweden* 2009-02-17; Mikael Löfgren, ”Revolt i biblioteket”, *Dagens Nyheter* 2009-02-21; Miriam Olsson, ”Chris Anderson i Malmö: ’Gratis är räddningen’”, *Inter-  
network* 2009-03-17.

ganska tröttsam. Han vägrade tala kvalitet och var rent darwinistisk i sin syn på mediabranschens överlevnad.<sup>85</sup>

Vissa höjde också på ögonbrynen inför Chris Andersons demonstrativa ointresse för vad som ska ske med professionella kulturarbetare, eller hur han viftade bort frågan om hur kvalitetsjournalistik kan finansieras i gratisekonomin: ”Jag är intresserad av vad som händer med mina barn och mina grannar, inte av bilbomber i Bagdad.”<sup>86</sup>

Ett knappt halvår senare, sommaren 2009, utkom så Chris Anderson med sin sedan länge omtalade bok.<sup>87</sup> Budskapet möttes nu med påtagligt större skepsis – även av de recensenter som tidigare tagit del i att lansera Chris Anderson som en viktig uttolkare av samtiden. Flertalet menade visserligen att boken på förtjänstfullt sätt hade dokumenterat hur svårt det är att ta betalt för digitala produkter, men de störde sig på författarens lättsinniga hållning, i synnerhet inför frågan om att finansiera kvalitetsjournalistik.<sup>88</sup> När boken utkom i svensk översättning, våren 2010, blev mottagandet ännu något svalare.<sup>89</sup>

Sammanfattningsvis tyder min undersökning av den svenska Chris Anderson-receptionen på ett tydligt attitydskifte i frågan om gratisekonomin, från entusiasm till skepsis. Skiftet skedde gradvis under 2008–2009, i takt med att världsekonomin gick från högkonjunktur till djup kris. Redan under framträdandet i Malmö valde

85 Richard Herold, ”Chris Anderson”, blogginlägg på Atlasbloggen, 2009-02-06, <https://web.archive.org/web/20090216140507/http://www.bokforlagetatlas.se/blogg/atlasbloggen/2009/02/chris-anderson>

86 Martin Gelin, ”Ingenting är gratis i den fria världen”, *Aftonbladet* 2009-07-11.

87 Chris Anderson, *Free. The Future of a Radical Price* (London: Random House Business, 2009).

88 Gelin, ”Ingenting är gratis i den fria världen”; Martin Jönsson, ”Marknadsteorier i olika prisklasser”, *Svenska Dagbladet* 2009-07-11; Daniel Sandström, ”Gratis till vilket pris?”, *Sydsvenska Dagbladet* 2009-07-31; Ola Larsson, ”Vad kostar gratiskulturen?”, *Dagens Nyheter* 2009-08-03; ”Du får betala för gratis-musiken”, osignerad nöjesnotis, *Aftonbladet* 2009-08-08; Lars Nilsson, ”Ingenting är gratis”, *Ny Teknik* 35/2009.

89 Pär Isaksson, ”Gratis är gott”, *Affärsvärlden* 2010-03-24; Tomas Polvall, ”Tankeväckande om vår förändrade värld”, *Smålandsposten* 2010-03-30; Erik Hammar, ”Digitalt är gratis – väl?”, *Borås Tidning* 2010-04-04; Nina Lekander, ”Gratis lunch”, *Expressen* 2010-05-20.



Chris Anderson att tala mindre om reklamfinansiering. I stället framhävde han freemium som den idealiska affärsmodellen för en lågkonjunktur.<sup>90</sup> Men efter hand under 2009 växte tvivlen även på denna modell. Allt fler artiklar i dagstidningarna började nu tala om ”gratis” inte som en möjlighet att utforska, utan som ett problem att övervinna<sup>91</sup> – vilket säkerligen kan kopplas till de ekonomiska bekymmer som drabbat tidningsföretagen.

#### KRIS FÖR DAGSPRESSEN

Annonsmarknaden är exceptionellt konjunkturkänslig. Efter att en global finanskris brutit ut hösten 2008, dröjde det inte länge innan dagspressen i USA såg sina intäkter falla brant. Innan året var slut befann sig flera gamla flaggskepp – däribland The New York Times och San Fransisco Chronicle – i ett akut nödläge. Under våren 2009 följde rapporterna om hur USA:s överlevande dagstidningar tvingades avskeda journalister och rucka på etablerade gränser mellan journalistik och reklam. Då kom också allt fler exempel på hur tidningskrisen hade nått Europa.<sup>92</sup>

90 Kristofer Steneberg, ”Trendgurun talar ut”, *Dagens Industri* 2009-02-06; Mikael Zackrisson, ”Allt digitalt blir gratis”, intervju med Chris Anderson, *Veckans Affärer* 2009-02-12; Miriam Olsson, ”Chris Anderson i Malmö: ’Gratis är räddningen’”, *Internetworld* 2009-03-17.

91 Se t.ex. Ulrika Fjällborg, ”Baksmällan på nätet”, *Veckans affärer* 2011-04-14.

92 Arne Ruth, ”Ska Google ta över?”, *Dagens Nyheter* 2008-12-10; Lennart Pehrson, ”Svår kris för USA:s tidningar”, *Dagens Nyheter* 2008-12-21; Hanna Dunér, ”Klassisk sida till salu”, *Svenska Dagbladet* 2009-01-08; Johan Anderberg, ”Kris-tider på NY Times”, *Sydsvenska Dagbladet* 2009-04-19; Emanuel Sidea, ”Den perfekta stormen”, *Veckans Affärer* 2009-04-20; Karin Henriksson, ”Krisen påskyndar USA:s tidningsdöd”, *Svenska Dagbladet* 2009-05-09; Erik Ohlsson, ”När pressen blöder förlorar alla”, *Dagens Nyheter* 2009-05-15; Karin Pettersson, ”Den enes tidningsdöd...”, *Fokus* 2009-06-18; Lars Åberg, ”Vem vill betala för journalistik?”, *Göteborgs-Posten* 2009-08-12; Erik Ohlsson, ”En dam i nöd”, *Dagens Nyheter* 2009-08-30; Gabriel Byström, ”Tidningsdöden i USA närmar sig Europa”, *Göteborgs-Posten* 2009-09-17; Ulrika Kärnborg, *Klickokratin. Mediekrisens första offer är sanningen* (Stockholm: Atlas, 2015), s. 9.

Även i Sverige rasade annonsmarknaden under 2009 års recession.<sup>93</sup> Branschbedömare menade att svensk dagspress satt säkrare än den amerikanska, eftersom bara hälften av dess intäkter kom från annonser.<sup>94</sup>

Men tidningarnas nätupplagor var med enstaka undantag gratis att läsa, med annonser som enda intäktskälla. Och på nätet fanns konkurrerande aktörer som var betydligt mer framgångsrika i att rikta annonser till intresserade ögon – utan att ta omvägen via dyr journalistik. Där fanns exempelvis Hemnet, som var i full färd att erövra marknaden för bostadsannonser som varit en viktig intäktskälla för dagstidningarna.<sup>95</sup> Där fanns Facebook, som 2009 öppnade ett kontor i Stockholm för att slå sig in på den nordiska reklammarknaden.<sup>96</sup> Framför allt fanns där Google, den stora vinnaren på 2000-talets reklammarknad.

År 2009 hamnade Google i centrum för mediekrisdebatten. Särskilt kontroversiell ansågs tjänsten Google News, som samlar länkar till artiklar i olika nyhetstidningar, i ett urval anpassat för den individuella läsaren. Anklagelser om att Google därigenom «parasiterar» på tidningarna hade hörts sporadiskt även tidigare<sup>97</sup>, men slog nu igenom på bred front. Tongivande i Sverige blev Dagens Nyheters politiske redaktör Peter Wolodarski som i april 2009 gick till generalangrepp under rubriken "Parasiternas paradiset".<sup>98</sup> Google jämfördes där med The Pirate Bay, som bara två dagar tidigare hade

93 Institutet för Reklam- och Mediestatistik, "Marknadskommunikationen krympte 7 miljarder 2009", pressmeddelande, 2010-04-14.

94 Björn Sjö, "Forskare: Stabilt läge för svenska tidningar", *Sydsvenska Dagbladet* 2008-12-20; Mats Rörbecker, "Nytt vinstras väntar tidningsföretag", *TT* 2009-09-04.

95 Billy Andersson, "Så skapades en drog", *Resumé* 2012-09-20; Fredrik Thambert, "Hemnet härskar, print på undantag", *Resumé* 2013-09-05; Johan Anderberg, "Cashar in", *Fokus* 20/2015.

96 Kalle Holmberg, "Nätbaserade Facebook satsar på Nordenkontor", *Dagens Nyheter* 2009-10-22.

97 "En sajt utklassar alla redaktörer", *Dagens Industri* 2002-10-19; Adam Erlands-son, "Jättar slåss om upphovsrätten", *Svenska Dagbladet* 2007-03-07.

98 Peter Wolodarski, "Parasiternas paradiset". *Dagens Nyheter* 2009-04-19.

dömts för medhjälp till upphovsrättsbrott i Stockholms tingsrätt.<sup>99</sup> ”Att göra upp med avarterna i gratiskulturen borde i detta läge vara självklart”, skrev Wolodarski, som med viss självkritik konstaterade att medieföretagen under nollnolltalets högkonjunktur hade odlat ”åtskilliga illusioner om vad internet kommer att betyda för deras verksamhet”.

Finanskrisen 2008 ledde verkligen till ett märkbart attitydskifte i dagspressen. År 2007 hade Dagens Nyheters dåvarande ledarredaktör uttryckt sig entusiastiskt om hur gränsen mellan professionell journalist och obetald amatör luckras upp i det nya, digitala medieklimatet.<sup>100</sup> År 2009 gällde det att till varje pris rädda ”den seriösa journalistiken” från undergång.<sup>101</sup>

Tonen slogs an av tidningsmagnaten Rupert Murdoch som i ett par utspel under 2009 tillkännagav att hans tidningar skulle börja ta betalt för tillgång till nyhetssajterna. Företrädare för den tyska Springerkoncernen stämde in. Många skakade på huvudet och kallade inställningen för verklighetsfrånvänd. Men en hel del tidningschefer uttryckte också hopp om att gratisepoken var på väg mot sitt slut.<sup>102</sup> Murdochs utspel bidrog helt säkert till att sprida tvivel kring Chris Andersons omtalade tes – att digitaliseringen får att allt mer att bli gratis.

Sommaren 2009 var debatten om mediekris och gratiskultur som allra livligast. Olika åsikter bröts mot varandra och frågan om

---

99 Rasmus Fleischer, ”The Pirate Bay och den nya nätpolitiken”; Fleischer, ”Femton gatar på död mans kista”.

100 Niklas Ekdal, ”Med hunden i himlen”, *Dagens Nyheter* 2007-08-05.

101 Peter Wolodarski, ”Parasiternas paradys”, *Dagens Nyheter* 2009-04-19; ”Bättre än gratis”, osignerad huvudledare, *Dagens Nyheter* 2009-08-08; Johannes Åman, ”Kvalitetens banerförare”, *Dagens Nyheter* 2009-12-11.

102 Hanna Dunér, ”Snart tar alla betalt på nätet”, *Svenska Dagbladet* 2009-07-20; Marie Kennedy, ”Fler tidningar tänker ta betalt för webbmaterial”, *Göteborgs-Posten* 2009-08-11; Vibjørn Madsen, ”Murdoch inspirerar mediehus att ta betalt på nätet”, *Resumé* 2009-09-03; Mikael Zackrisson, ”Stopp för gratis på nätet”, *Veckans Affärer* 2009-09-03; Hanna Dunér, ”Vad kan du tänka dig att betala för?”, *Svenska Dagbladet* 2009-09-20; Anna Serner, ”Svenska medier måste våga mer”, *Svenska Dagbladet* 2009-09-21; Anders Mildner, ”Folkbildning kan lösa betalningsfråga”, *Svenska Dagbladet* 2009-09-23; Johannes Åman, ”Mediemogulens sista strid”, *Dagens Nyheter* 2009-10-18.

nätets väsen framstod som ovanligt öppen. Därefter inträdde en underlig stiltje som varade i nästan tre år, då det i stort sett inte skrevs någonting alls om någon tidningskris i Sverige. Undergångsstämningen återkom dock med full kraft på sensommaren 2012. Först kom nyheten om stora nedskärningar på Svenska Dagbladet, med kraftigt minskad redaktion och avskaffad kulturbilaga. Under hösten som följde varslades hundratals journalister om uppsägning från svenska morgontidningar runt om i landet. Både pappersupplagor och annonsintäkter rasade.<sup>103</sup> Under tiden skedde ett trendskifte i mediedebatten.

#### EN NEUROLOGISK VÄNDNING

År 2010–2011 inträffade en tydlig förändring av tonläget i svensk nätdebatt, som fortsatte att orientera sig efter debatten i USA. Det började talas om ”ett paradigmskifte bland internet-intellektuella (...) från cyberoptimism till cyberpessimism”.<sup>104</sup> Nollnolltalets nätprofeter angreps i en lång rad nätskeptiska debattböcker. Andrew Keen hade visserligen varit först ut med *The Cult of the Amateur* (2007), men få ville ta hans rabulistik på fullt allvar. Ett par år senare fick de skeptiska argumenten betydligt större genklang.

Den 1 juli 2008 utstakades en ny riktning för nätpessimismen, när Nicholas Carr publicerade essän ”Is Google Making Us Stupid?”.<sup>105</sup> Utgångspunkten var en personlig känsla av att nätets informationsöverflöd gör det allt svårare att uppbåda koncentration till läsning av längre texter. Med hjälp av Friedrich Kittler drog Carr en historisk parallell till hur Friedrich Nietzsche år 1882 skaffade en skrivmaskin och drabbades av känslan av att maskinen tog

103 Sanna Torén Björling, ”Tidningarna jagar nya sätt att ta betalt”, *Dagens Nyheter* 2012-08-20; Raoul Grünthal, ”Så värnar vi om det fria ordet”, *Aftonbladet* 2012-10-05; Ola Larsson, ”I teknikens klor”, *Dagens Nyheter* 2012-10-31; Lisa Irenius, ”Är allt Googles fel?”, *Uppsala Nya Tidning* 2012-11-17; Clas Barkman, ”Krisen kräver nytt stöd snabbare”, *Dagens Nyheter* 2012-12-06.

104 Victor Galaz, ”Har de sociala medierna öppnat Pandoras ask?”, *Svenska Dagbladet* 2010-02-16; se även Andreas Westergren, ”Till makten med Twitter”, *Smålandsposten* 2010-03-05.

105 Nicholas Carr, ”Is Google Making Us Stupid?”, *The Atlantic*, juli/ augusti 2008.

del i hans tankeverksamhet. Hur påverkas vi av internet? ”Under de senaste åren har jag haft en obekvämlig känsla av att någon, eller något, håller på att mixtra med min hjärna, kopplar om mina neurala kretsar, omprogrammerar mitt minne”, skrev Carr. Hos kognitionsforskaren Maryanne Wolf ansåg han sig finna belägg för att det pågår en verklig och varaktig försämring av vår förmåga till ”djupt läsande”.<sup>106</sup> Och utan djupt läsande, fortsatte Carr, finns inget djupt tänkande.

Artikeln blev livligt omdiskuterad i USA och har pekats ut som startskottet för en ”neurologisk vändning” i den samtida debatten om nya medier.<sup>107</sup> Tidskriften *Axess* lät översätta Carr till svenska<sup>108</sup> och under hösten 2008 gav svenska kultursidor stort utrymme åt hans pessimistiska syn på digitaliseringen. I stort sett ingen skribent invände mot påståendet att internet har förvandlat oss till ytligare läsare.<sup>109</sup>

106 Maryanne Wolf, *Proust and the Squid. The Story and Science of the Reading Brain* (New York: Harper Collins, 2007); även utgiven i svensk översättning av Anna Sörmark som *Proust och bläckfisken* (Göteborg: Daidalos, 2012).

107 Anna Munster, ”Nerves of Data. The Neurological Turn in/against Networked Media”, *Computational Culture*, nr 1 (december 2011); Geert Lovink påpekar i *Networks without a cause* (s. 7-10, 33-34) att den neurologiska vändningen skedde redan i det sista kapitlet i den bok som Nicholas Carr utgivit tidigare under året, *The Big Switch. Rewiring the World, from Edison to Google* (New York: Norton, 2008). Samma slags nät pessimistiska argument framfördes av den tyske publicisten Frank Schirrmacher i *Payback. Warum wir im Informationszeitalter gezwungen sind zu tun, was wir nicht tun wollen, und wie wir die Kontrolle über unser Denken zurückgewinnen* (München: Karl Blessing Verlag, 2009). Sistnämnda bok blev synnerligen omtalad i Tyskland, men uppmärksammades knappt alls i Sverige.

108 Nicholas Carr, ”Så omformateras våra hjärnor”, *Axess* 9/2008.

109 Adam Nelvin, ”När allting flyter”, *Gotlands Allehanda* 2008-08-04; Jörgen Löwenfeldt, ”Den rationella läsningen”, *Norrköpings Tidningar* 2008-08-06; Anders Mildner, ”Det största hotet mot boken – det kan vara själva läsandet!”, *Hallands Nyheter* 2008-08-21; Jan Gradvall, ”Våra hjärnor har alltid power-browsat”, *Dagens Industri* 2008-09-19; P. O. Ågren, ”Blir vi dummare av nätet?”, *Västerbottens-Kuriren* 2008-11-12; Johan Malmberg, ”Webbens avig-sidor”, *Helsingborgs Dagblad* 2008-12-16; Mars Bergstrand, ”Vi kan inte längre läsa”, *Dagens Nyheter* 2008-12-23; Lisa Irenius, ”Jag är säker på att jag har kontakt med fler – och färre – personer tack vare internet”, *Dagens Nyheter*

Sommaren 2010 utkom boken *The Shallows*,<sup>110</sup> där Nicholas Carr utvecklade sina argument med hänvisning till mer kognitionsforskning. Ännu en gång fick budskapet ordentlig genklang på dagspressens kultursidor och även på borgerliga ledarsidor;<sup>111</sup> tidskriften *Axess* bidrog åter till lanseringen genom att trycka ett översatt utdrag ur *The Shallows*.<sup>112</sup>

I den svenska receptionen av Nicholas Carr går det tydligt att se hur den neurologiska vändningen blev ett sätt att vända ryggen åt frågor om politisk makt och ekonomiska intressen. Budskapet togs emot som en plädering för det långsamma läsandet, *slow reading*, i linje med den samtida trenden *slow food* – en typ av lyxkonsumtion. Nätpessimismen var på väg att förvandlas till en livsstil, som uppenbarligen låg helt rätt i tiden.<sup>113</sup> Men det gjordes även ett försök att skapa nya förutsättningar för det ”djupa läsandet”, som sajten *Bokprat.se* som ordnade digitala bokcirklar – allra först om just *The Shallows*.<sup>114</sup>

---

2009-03-29; Anders Mildner, ”Vi scannar snabbt och missar nyanser”, *Svenska Dagbladet* 2009-11-04.

110 Nicholas Carr, *The Shallows. What the Internet is Doing to Our Brains* (New York: W.W. Norton, 2010).

111 Pelle Snickars, ”Det rastlösa sökandet på internet”, *Svenska Dagbladet* 2010-07-03; David Brooks, ”Böcker slår internet”, *Dagens Nyheter* 2010-07-13; Johan Wennström, ”Vad gör internet med våra hjärnor?”, *Svenska Dagbladet* 2010-07-25; Peter J. Olsson, ”Klart att grabben ska ha ny telefon”, *Kvällsposten* 2010-07-31; Anders Mildner, ”Internet.dum”, *Expressen* 2010-08-10; Håkan Lindgren, ”Före internet intet”, *Expressen* 2010-08-19; Aase Berg, ”Hjärnvägsnät”, *Expressen* 2010-08-24; Håkan Lindgren, ”Internet får oss att läsa sämre”, *Göteborgs-Posten* 2010-10-30; Lisa Irenius, ”Du läser den här rubriken”, *Upsala Nya Tidning* 2011-02-27; Annika Ström Melin, ”Uppkopplad. Det finns gränser för hur smart det är”, *Dagens Nyheter* 2011-04-10.

112 Nicholas Carr, ”Överbelastat medvetande”, *Axess* 2/2011.

113 Geert Lovink, *Networks Without a Cause*, s. 8, 35-37; Patrick Crogan & Samuel Kinsley, ”Paying Attention Towards a Critique of the Attention Economy”, *Culture Machine* 13 (2012).

114 Initiativtagare till *Bokprat.se* var Anders Mildner och Karin Lilja, som pekade ut Nicholas Carr som inspiratör till sajtidén. Efter ett par års aktivitet lades sajten ner. Se ”Välkommen till *Bokprat!*” (2010), <https://web.archive.org/web/20100619064009/http://bokprat.se/>

I den svenska diskussionen om bokläsningens framtidsutsikter har Carr förblivit en återkommande referenspunkt.<sup>115</sup> Det går också att ana influenser från Carr i slutbetänkandet från den litteraturutredning som tillsattes av regeringen år 2011, med bland andra Martin Ingvar, professor i neurovetenskap. Litteraturutredningens slutbetänkande kretsade i hög grad kring tanken på att läsning är en hotad aktivitet i de digitala mediernas tidevarv, vilket i sig har tolkats som att utredningen influerades av Carr.<sup>116</sup>

#### DIGITALA DYSTOPIER

Ytterligare en nätpessimistisk bok som blivit en återkommande referenspunkt i tioalets debatt är Jaron Laniers *You are Not a Gadget* (2010),<sup>117</sup> som fick ett blandat mottagande på svenska kultursidor.<sup>118</sup> Jaron Lanier hävdade, likt Andrew Keen före honom, att internets utbyggnad får den individuella kreativiteten att kvävas under massan, samt dessutom är samhällsekonomiskt destruktiv. Men i stället för att nöja sig med anekdoter om allt bra som nätet förstår, siktade Lanier på en grundlig uppgörelse med den filosofi han betecknade som ”cybernetisk totalism”. Hans bok inspirerade den brittiska författaren Zadie Smith till en mycket uppmärksammad kritik av Facebook. Människan förminskas när hon reduceras till en

---

115 Se t.ex. Joel Halldorf, ”Tro i en tid av distraktioner”, *Dagen* 2015-08-06; Hugo Rehnberg, ”Vi har instagrammat bort förmågan att läsa böcker”, *Svenska Dagbladet* 2015-09-26.

116 *Läsandets kultur. Slutbetänkande av Litteraturutredningen* (SOU 2012:65); Pelle Snickars, ”Information overload”, i Otfried Czaika, Jonas Nordin & Pelle Snickars (red.), *Information som problem. Medianalytiska texter från medeltid till framtid* (Stockholm: Kungl. biblioteket, 2014), s. 310–313.

117 Jaron Lanier, *You are Not a Gadget. A Manifesto* (New York: Alfred A. Knopf, 2010).

118 Birgitta Hübinette, ”Nätfantasten blev nätkritiker”, *Östgöta Correspondenten* 2010-01-19; Pelle Snickars, ”Vad nätet saknar är lite tröghet”, *Svenska Dagbladet* 2010-02-09; Pelle Snickars, ”Det rastlösa sökandet på –internet”, *Svenska Dagbladet* 2010-07-03; Håkan Lindgren, ”Ensidig bild av morgondagen”, *Göteborgs-Posten* 2010-08-16; Lisbeth Lindeborg, ”Där digital dumhet dominerar”, *Axess* 4/2010.

uppsättning data, skrev hon; ”vi förlorar våra kroppar, våra röriga känslor, våra begär, våra rädslor”.<sup>119</sup>

Jaron Lanier hade själv bakgrund som digital teknikpionjär som en gång myntat begreppet virtual reality, men började sedan ifrågasätta nyttan av att digitalisera allt som kan digitaliseras.

En liknande omvändelsehistoria berättades i Sverige av journalisten Eric Schüldt. År 2008 kontrakterades han av den liberala tankesmedjan Fores för att skriva en bok om den digitala framtiden, skildrad i ljusa färger. I centrum stod frågan om fildelning, upphovsrätt och betalningsmodeller. Han tog hjälp av den nydisputerade medievetaren Jonas Andersson Schulz vid Södertörns högskola. Tillsammans började de skriva en berättelse där det digitala kunskapssamhällets genombrott skildrades som ett ostoppt epokskifte, jämförbart med både boktryckarkonsten, reformationen och upplysningen. Boken skulle heta *Framtiden*, budskapet vara upphovsrättskritiskt och marknadsliberalt: ”allt som kan digitaliseras kommer att digitaliseras”. Vissa yrkesgrupper må slås ut, men kulturen lever alltid vidare. Så löd budskapet i den påbörjade boken, ur vilket ett utdrag publicerades i *Sydsvenskan* som en kommentar till rättegången mot *The Pirate Bay*.<sup>120</sup> *Framtiden* var tänkt som en utopi, men blev en dystopi. När den till slut utkom år 2011 var den försedd med ett förord där Eric Schüldt vittnade om hur en insikt drabbat honom år 2009: ”jag kom att inse att jag inte längre var en troende.”

En misstanke började gro hos de båda författarna: ”Tänk om internet inte är den frälsning vi hoppats på, om vi bygger en stor fälla.” Manusets slängdes, tankesmedjan övergavs. I stället blev *Framtiden* en skönlitterär skrift, mellan myt och essä. Internet skildrades

119 Zadie Smith, ”Generation Why?”, *The New York Review of Books*, 18/2010; Zadie Smith, ”Generation Facebook förtjänar något bättre”, *Dagens Nyheter* 2010-11-23.

120 *Sydsvenska Dagbladet* publicerade ett utdrag ur manus som kommentar till rättegången mot *The Pirate Bay* (Eric Schüldt & Jonas Andersson, ”Pirater på korset”, *Sydsvenska Dagbladet* 2009-02-16).



som en religion, vars demoniska strävan är att reducera allt mänskligt till ettor och nollor.<sup>121</sup>

Författarna hade radikaliserat tankegångarna hos Jaron Lanier och Nicholas Carr till en fullfjädrad civilisationskritik. Efterordet avslöjar influenser från både anarkoprimitivism, radikalkonservatism och humanekologi. Existensiella aspekter av digitaliseringen sattes i förgrunden på bekostnad av det ekonomiska eller historiska; berättelsens tidsperspektiv skiftade snarast mellan det tioåriga och det tiotusenåriga.<sup>122</sup> Å ena sidan handlade det om att den digitala utvecklingen kring 2010 hade nått fram till ”en naturlig mättnadspunkt hos människan”, förklarade Jonas Andersson Schwarz i en TT-intervju.<sup>123</sup> Å andra sidan rymde Framtiden passager där digitaliseringen skildrades som den yttersta konsekvensen av ett uråldrigt syndafall, som inträffade när människan började bruka jorden.<sup>124</sup>

Mottagandet av Framtiden kunde inte ha varit mer splittrat; den kallades både ”djupt originell” och ”fruktansvärt pretentiös”. En kritiker utnämnde den till ”årets bok”, en annan till den sämsta bok han någonsin läst.<sup>125</sup>

121 Eric Schüldt & Jonas Andersson, *Framtiden* (Malmö: Ivrig, 2011); Adam Svanell, ”Digitaldepp”, *Svenska Dagbladet* 2011-07-08; Erika Walukiewicz, ”Nät-kramare gör helt om”, *TT Spektra* 2011-07-19

122 Schüldt & Andersson, *Framtiden*

123 Erika Walukiewicz, ”Nätkramare gör helt om”.

124 Dessa passager är uppenbarligen starkt influerade av poeten Helena Granström, som i sin tur knyter an till anarkoprimitivister som John Zerzan.

125 Leo Lagercrantz, ”Deppig desertör”, *Expressen* 2011-07-02; Andreas Ekström, ”Framtiden är bäst redan nu”, *Sydsvenska Dagbladet* 2011-07-06; Jens Liljestrand, ”Från farao till Facebook”, *Dagens Nyheter* 2011-07-11; Lars Mikael Raattamaa, ”Framtiden utan frågor”, *Aftonbladet* 2011-08-02; Jenny Maria Nilsson, ”Den nya sakligheten har nått nätet”, *Svenska Dagbladet* 2011-10-21.

## NEDKOPPLING SOM LIVSSTIL

Sommaren 2011 observerade en rad kulturskribenter att en nätskeptisk trend hade vuxit sig stark. Framtiden nämndes som exempel på hur de som tidigare hyllat den digitala revolutionen nu började se ett värde i att logga ut och koppla ner.<sup>126</sup>

Främsta ansiktet för den nedkopplade livsstilen blev författaren Susan Maushart. Inspirerad av Nicholas Carr, men framför allt av Thoreaus klassiker *Skogsliv vid Walden* (1854),<sup>127</sup> genomförde hon ett experiment där hennes familj under ett halvår avstod från internet, datorer och mobiltelefoner. Hon beskrev det som en ”digital detox” i boken *Nedkopplad*, som fick ett påfallande stort genomslag i Sverige under hösten 2011.<sup>128</sup> Maushart intervjuades om sina erfarenheter i radio, tv, storstads- och landsortspress.<sup>129</sup> Efter att

126 Jens Liljestrand, ”Från farao till Facebook”; Tobias Brandel, ”Nätskeptikerna på frammarsch”, *Svenska Dagbladet* 2011-08-18; Mikaela Möller, ”Nu slår vi tillbaka mot den digitala världen”, *Expressen* 2011-08-30; Caroline Engvall, ”Digital panik”, *Kupé*, november 2011.

127 Henry David Thoreau, *Skogsliv vid Walden*, övers. Frans G. Bengtsson (Stockholm: Wahlström & Widstrand, 1924).

128 Susan Maushart, *The Winter of Our Disconnect. How Three Totally Wired Teenagers (and a Mother who Slept with Her iPhone) Pulled the Plug on Their Technology and Lived to Tell the Tale* (New York: Penguin, 2011); Susan Maushart, *Nedkopplad* (Stockholm: Volante, 2011).

129 Anders Mildner, ”Sladdlöst liv”, *Expressen* 2011-04-22; John Sjögren, ”Ledan är en lyx som skrämmer”, *Upsala Nya Tidning* 2011-05-12; Tobias Brandel, ”Nätskeptikerna på frammarsch”; Stefan Lindqvist, ”Susan återvände till Real Life”, *Nordvästra Skånes Tidningar* 2011-08-25; Gabriel Mellqvist, ”Teknikfreaket som drog ur sladden”, *Dagens Industri* 2011-08-26; Fredrik Söderling & Georg Cederskog, ”Uppstickaren som frälste IT-världen”, *Dagens Nyheter* 2011-08-28; Mikaela Möller, ”Nu slår vi tillbaka mot den digitala världen”, *Expressen* 2011-08-30; Sara Meidell, ”Digital avhållsamhet en trend som tar död på sig själv”, *Västerbottens-Kuriren* 2011-09-02; Sandra Wejbro, ”Babel bäst – men blodlöst”, *Aftonbladet* 2011-09-02; reportage om Susan Maushart i *Pt-morgon*, SR P1, 2011-08-26; intervju med Susan Maushart i *Nyhetsmorgon*, TV4, 2011-08-28; reportage om Susan Maushart i *Babel*, SVT2, 2011-09-04; Erika Josefsson, ”Nätjunkie drog ut sladden”, *TT Spektra*, 2011-09-05; Jörgen Löwenfeldt, ”Till tråkighetens försvar”, *Norrköpings Tidningar* 2011-09-16; Fredrik Borneskans, ”Sätt gränser för teknikanvändningen”, *Norrbottens-Kuriren* 2011-09-27; Katarina Bjärvall, ”Den digitala tekniken kan hämma empatin”, *Dagens Nyheter* 2011-10-11; Andreas Ekström, intervju med Susan Maushart, ”Livet förändrades

nätskeptiska idéer i ett års tid återkommit på kultursidorna, började de nu även populariseras under vinjetten ”livsstil”, i kvinnomagasinet som *Mama*, *Tara* och *Yourlife*, liksom i SJ:s resenärsmagasin *Kupé*.<sup>130</sup> Men den permanenta nedkopplingen framställdes aldrig som ett verkligt alternativ. Snarare predikades måttfullhet. Ett vanligt förekommande råd till familjer var att de en dag i veckan skulle avstå från all digital underhållning – ”unna dig en digital detox”, uppmanades det i en välspredd artikel från TT.<sup>131</sup>

Nollnolltalets nätutopism hade åtminstone på ytan varit politisk i sitt löfte om ett mer demokratiskt samhälle. Nedkopplingstrenden var däremot fullständigt avpolitiserad. Det handlade inte om att gemensamt dra i bromsen, utan bara om ett individuellt och tillfälligt undandragande.

#### TVIVEL KRING NÄTET SOM DEMOKRATISERANDE KRAFT

I den nätpessimistiska vågen rymdes emellertid också en andra strömning, som var mer inriktad på demokratifrågor. Näthat, klickjakt och övervakning var tre aspekter som lyftes fram av tidskriften

---

offline”, *Sydsvenska Dagbladet* 2011-10-18; Mona Masri, ”Nedkopplad”, *Sydsvenska Dagbladet* 2011-10-19; Fredrik Sjöberg, ”Digitalfritt alternativ”, *Svenska Dagbladet* 2011-11-04; Thomas Lerner, intervju med Susan Maushart, ”Att vara nedkopplad fick mig att börja ett nytt liv”, *Dagens Nyheter* 2011-11-17; Jerker Nilsson Ullerstam, ”Ny teknik på gott och ont”, *Sundsvalls Tidning* 2011-11-18; Hanna Fahl, ”Offline. Hanna Fahl kopplar ned och testar livet utan internet”, *Dagens Nyheter* 2011-11-27; Jenny Maria Nilsson, ”Floskelfest utan filter”, *Helsingborgs Dagblad* 2012-01-03.

<sup>130</sup> Anneli Sandberg, ”Livsviktigt att koppla ned ibland”, *Metro* 2011-05-02; Lotta Ringdahl, ”Njut av att dra ur sladden”, *TT-Spektra*, publicerad i bl.a. *Helsingborgs Dagblad*, 2012-02-25; Thomas Lerner, ”Avkopplande läsning för internetstressade”, *Dagens Nyheter* 2014-02-06; Kim Wadström, intervju med Susan Maushart, ”Vi kopplade ned och fick ett bättre liv tillsammans!”, *Mama* 2/2012; Christina Neiglick, ”Heelt rätt hösten 2011!”, *Tara* 12/2011; Jennifer Jansch, ”Elektronisk detox”, *Yourlife* 9/2011; Caroline Engvall, ”Digital panik”, *Kupé*, november 2011; Caroline Engvall, ”Vi kopplades samman när vi kopplade ner oss”, intervju med Susan Maushart, *Kupé*, november 2011; Maria Korpskog, ”En vargavinter utan internet”, *Socialpolitik* 4/2011.

<sup>131</sup> Lotta Ringdahl, ”Njut av att dra ur sladden”.

Arena i ett temanummer om ”nätets baksida” våren 2010.<sup>132</sup> Följande år gavs stor uppmärksamhet i svenska spalter åt två böcker som ifrågasatte idén om att internet som en demokratiserande kraft: *The Net Delusion* av Evgenij Morozov och *The Filter Bubble* av Eli Pariser.<sup>133</sup>

En viktig bakgrund står att finna i den protestvåg som utbröt i Iran i samband med 2009 års presidentval. Entusiastiska opinionsbildare i USA, med Shirky i spetsen, började genast tala om en ”Twitter-revolution”. Morozov, själv uppvuxen i Vitryssland, profilerade sig som en motpol till Shirky genom att framhålla hur diktaturstater även kan dra fördel av nätet som redskap för övervakning och desinformation.<sup>134</sup>

Debatten upprepades med ny kraft i samband med den ”arabiska våren” i början av 2011, då folkliga protester störtade regimerna i Tunisien och Egypten – ”tack vare mikrobloggen Twitter”, enligt analysen på Dagens Nyheters ledarsida.<sup>135</sup> Precis samtidigt gav Evgeny Morozov ut sin debutbok, helt ägnad åt att punktera sådan optimistisk retorik. Den fick ett mycket stort genomslag i svensk press, där vissa skribenter ville se en tredje väg, mellan Shirkys optimism och Morozovs pessimism.<sup>136</sup>

132 Lisa Bjurwald, ”När frihet blev hat”, *Arena* 2/2010; Anders Mildner, ”Journalistikens framtid och förbannelse”, *Arena* 2/2010; Evgeny Morozov, ”Diktatorn ser dig”, *Arena* 2/2010.

133 Evgeny Morozov, *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom* (New York: Public Affairs, 2011). Eli Pariser, *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You* (London: Viking, 2011).

134 Evgeny Morozov, ”Iran. Downside to the ”Twitter Revolution””, *Dissent Magazine*, fall 2009; Evgeny Morozov, ”How Dictators Watch Us on the Web”, *Prospect Magazine*, december 2009; Clay Shirky, ”The Net Advantage”, *Prospect Magazine*, december 2009; Marie Demker, ”Kontroll och öppenhet i jämn kamp på nätet”, *Svenska Dagbladet* 2009-04-23; Ricki Neuman, ”Twitter i Iran tveeggat vapen”, *Svenska Dagbladet* 2009-06-25.

135 Peter Wolodarski, ”Hur länge till?”, *Dagens Nyheter* 2011-01-30.

136 Martin Gelin, ”Diktatorn trivs också på nätet”, *Dagens Nyheter* 2011-01-22; Karin Henriksson, ”Morozov varnar för nätets mörka sida”, *Svenska Dagbladet* 2011-01-24; ”Glöm inte den personliga integriteten”, osignerad ledare i *Sydsvenska Dagbladet* 2011-01-25; Karin Henriksson, ”Fler börjar ifrågasätta internet”, *Upsala Nya Tidning* 2011-02-05; Marcus Jerräng, ”Revolution sker inte på Twitter”, *Computer Sweden* 2011-02-01; Jon Pelling, ”Kritik mot övertro på

Ett liknande mottagande fick Eli Parisers bok om ”filterbubblan”, alltså om hur företag som Google och Facebook anpassar sina urval till vad den enskilda personen förväntas efterfråga. Boken varnade för en fragmenterad offentlighet där människors uppfattningar bekräftas av likasinnade i stället för att utmanas. Idén kom väl till pass sensommaren 2011, i försöken att förklara Anders Behring Breiviks terrordåd i Norge.<sup>137</sup>

Eli Parisers varning har återkommit som referenspunkt i 2010-talets svenska debatt om mediekrisen.<sup>138</sup> Som nödvändiga motkrafter till nätets fragmentering kunde svenska skribenter framhålla etablerade institutioner som folkbiblioteken eller public service.<sup>139</sup>

---

internet”, *Svenska Dagbladet* 2011-02-08; Peter Wolodarski, ”Ny teknik tjänar även diktatorer”, *Dagens Nyheter* 2011-02-13; Sam Sundberg, ”Tack folket, tack Facebook”, *Svenska Dagbladet* 2011-02-15; Rasmus Fleischer, ”Naivt hopp”, *Aftonbladet* 2011-02-16; Martin Gelin, ”Facebook talar med både diktatorns och folkets röst”, *Dagens Nyheter* 2011-02-18; Suzanne Wallinder, ”Lästips”, *Riksdag & Departement* 2011-03-14; Per T. Ohlsson, ”Hotet mot torget”, *Sydsvenska Dagbladet* 2011-08-21; Ricki Neuman, ”Revoltens fick syre när nätet ströps”, *Svenska Dagbladet* 2011-09-10; Christoffer Dahlin, ”Twitter och Facebook som frontlinje”, *Borås tidning* 2011-11-06.

137 Karin Henriksson, ”USA rustar för cyberkrig”, *Svenska Dagbladet* 2011-07-03; Andreas Ekström, ”De digitala skyggglapparna”, *Sydsvenska Dagbladet* 2011-07-04; Thomas Hylland Eriksen, ”Internet filtrerar fram hat”, *Svenska Dagbladet* 2011-07-26; Håkan Lindgren, ”Silad i filtret”, *Expressen* 2011-08-04; Urban Kristiansson, ”Google påverkar oss och våra liv”, *Nerikes allehanda* 2011-08-07; Tobias Brandel, ”Isolerade i nätbubblan”, *Svenska Dagbladet* 2011-08-15; Johan Norberg, ”Bekräftad världsbild? Pyttsan”, *Metro* 2011-08-25; P O Ågren, ”Med internets filterbubblor förtvinar allmänintresset”, *Västerbottens-Kuriren* 2012-03-13; Lisa Bjurwald, *Skrivbordskrigarna. Hur extrema krafter utnyttjar internet* (Stockholm: Natur & kultur, 2013).

138 Tobias Brandel, ”Nätbubbla ska ge självbekräftelse”, *Svenska Dagbladet* 2013-03-12; Lisa Irenius, ”Det vi aldrig får veta”, *Upsala Nya Tidning* 2013-11-30; Daniel Sandström, ”När verbala spyor dränker det offentliga samtalet”, *Svenska Dagbladet* 2014-01-26; Andreas Ekström, ”Alla vill ha vett och etikett”, *Sydsvenska Dagbladet* 2014-06-14; Maria Sköld, ”Medievanor ger ny politisk sprängkraft”, *Göteborgs-Posten* 2014-08-02; Ulrika Kärnborg, *Klickokratien; Medieborgarna & medierna. En digital värld av rättigheter, skyldigheter, möjligheter och ansvar*, delbetänkande av Medieutredningen, SOU 2015:94, s. 100-101.

139 Rasmus Fleischer, *Biblioteket* (Stockholm: Ink, 2011), s. 14-15, 64-65; Johan Wirfält, ”Debattera mera”, *Expressen* 2014-02-11.

Själv valde Eli Pariser en helt annan väg. Omedelbart efter sin boksuccé grundade han medieföretaget Upworthy, som snabbt blev en ledande aktör inom så kallade virala media – en affärsmodell för att attrahera annonsintäkter med hjälp av sociala medier. I stället för att syssla med kostsam journalistik, väljer man ut material som redan cirkulerar på nätet, gärna videoklipp med engagerande budskap, som paketeras om under lockande rubriker. Stor omsorg läggs på att analysera vilka länkar som uppnår det största antalet klick och delningar.<sup>140</sup> Affärsmodellen bejakar alltså snarast den medielogik som Pariser hade varnat för.

#### VIRALA MEDIER, TRAGISKA PROFETER

Adjektivet ”viral” är en biologisk metafor, som frammanar tanken på att digital information kan spridas och muteras på samma sätt som virus. Idén kan spåras tillbaka till William S. Burroughs, via Douglas Rushkoff som på 1990-talet etablerade begreppet ”viral marknadsföring”.<sup>141</sup> Men det tycks först ha varit kring 2008 som virusmetaforen gjorde sitt inträde i vardagssvenskan. Samtidigt som man började tala om ”sociala medier” började man alltså att tala om ”virala medier” eller om hur vissa budskap fått ”viral spridning” på nätet.

Ett vida omtalat exempel var när Jonas Hassen Khemiri i mars 2013 tog upp frågor om strukturell rasism i artikeln ”Bästa Beatrice Ask”, formulerad som ett brev till Sveriges justitieminister,

<sup>140</sup> Christopher Friman, ”Samma medströms”, *Filter* 39 (2014); Hanna Dunér, ”Medier jagar bekräftelse”, *Dagens Industri* 2014-09-08.

<sup>141</sup> William S. Burroughs, *The Ticket that Exploded* (Paris: Olympia Press, 1962); William S. Burroughs, *The Electronic Revolution* (Bonn: Expanded Media Editions, 1986); Douglas Rushkoff, *Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture* (New York: Ballantine Books, 1994); jfr Friedrich Kittler, *Gramophone, Film, Typewriter* (Stanford, Stanford University Press, 1999), s. 109-114; Florian Cramer, *Words Made Flesh* (Rotterdam: Piet Zwart Institute, 2005), s. 19-20; Christopher Kullenberg & Karl Palmås, ”Smitto(nto)logi”, *Glänta* 4/2009; Henry Jenkins, Sam Ford & Joshua Green, *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (New York: New York University Press, 2013), s. 16-23.

publicerat i Dagens Nyheter.<sup>142</sup> På bara ett dygn uppgavs länken ha spridits 100 000 gånger via sociala medier. Oavsett hur siffran ska tolkas i efterhand, om det ens är möjligt, blev detta startskottet för en allmän satsning på "viralitet" bland svenska massmedier. Under 2014 startade både Aftonbladet och Expressen särskilda "klicksajter", efter förebild från Upworthy och BuzzFeed. Samtidigt varnade allt fler för att den digitala klickjakten ledde till en urartad journalistik.<sup>143</sup>

Henry Jenkins tog sig an denna medielogik i *Spridbar media* (2013) – "en självhjälpsbok för etablerade medier i kris", enligt en svensk recensent.<sup>144</sup> Optimismen tycktes ha tonats ned något, om man jämför med hur nollnolltalets Jenkins skildrade nätets deltagarkultur.

Även hos Clay Shirky omkring 2009 ett tydligt skifte i tonläget. "Jag har gått från att vara optimist till att vara revolutionär", förklarade han i en intervju för Sydsvenskan. "En revolutionär inser att alla inblandade inte kan gå plus." Shirky talade om hur den digitala revolutionen kunde leda till "50 år av kaos", innan de nya affärsmoddellerna är på plats och journalistiken åter kan gå mot ljusare tider. Han jämförde vår epok med 1500-talet: "Efter tryckpressen hade vi en period på minst 200 år när folk verkligen inte kunde veta vart världen var på väg."<sup>145</sup>

142 Jonas Hassen Khemiri, "Bästa Beatrice Ask", *Dagens Nyheter* 2013-03-13.

143 Ingela Wadbring & Sara Ödmark, *Delad glädje är dubbel glädje. En studie om nyhetsdelning i sociala medier* (Sundsvall: Mittuniversitetet, 2014); Christopher Friman, "Simma medströms", *Filter* 39, 2014; jfr Ulrika Kärnborg, *Klickokratien*,

144 Henry Jenkins, Sam Ford & Joshua Green, *Spreadable media* (2013); i svensk översättning av Joel Nordqvist som *Spridbar media. Att skapa värde och mening i en nätverkad kultur* (Göteborg: Daidalos, 2014). Mattias Hagberg, "Öppna för det nya – eller dö ut", *Göteborgs-Posten* 2014-04-15; se även Jan Gradvall, "TV-jättens censur en historisk miss", *DI Weekend* 2014-04-11; PO Ågren, "Delandet är meddelandet", *Västerbottens-Kuriren* 2014-12-09.

145 Erik Ohlsson, "När pressen blöder förlorar alla", *Dagens Nyheter* 2009-05-15; Lars Åberg, "Vem vill betala för journalistik?", *Göteborgs-Posten* 2009-08-12; Andreas Ekström, "Revolutionär på nätet bjuder in allihopa", intervju med Clay Shirky, *Sydsvenska Dagbladet* 2009-09-19.

Samma historiska parallell drogs av Jeff Jarvis, en av USA:s viktigaste nätprofeter som dock sällan figurerat i svensk press. År 2012 föreläste han på branschkonferensen webbdagarna i Stockholm, strax efter att han gett ut e-boken Gutenberg the Geek. Budskapet var närmast libertarianskt: eftersom boktryckarkonsten ledde till institutionella förändringar som ingen kunde förutsäga, borde även internet lämnas oreglerat och dess omstörtande effekter bejakas.<sup>146</sup>

Utifrån den roll som nätprofeterna tilldelats i offentligheten, går det att ana ett skifte från entusiasm till tragik. Den nya nätlogiken tenderar på 2010-talet inte längre att hyllas för sina positiva verkningar. De tragiska nätprofetiorna handlar i stället om en utveckling som är smärtsam och destruktiv men ändå liknar ett ofrånkomligt öde som det är meningslöst att ha åsikter om. Chris Anderson gav uttryck för denna tragiska vändning när han år 2010 skrev en uppmärksamrad artikel om att ”webben är död”. Det öppna nätet dit alla har tillträde har ersatts av en marknad för appar där olika företag skaffar sig monopol på olika typer av informationsflöden. Därmed övergav också Chris Anderson sin egen idé om en gratisekonomi och började tala om nya sätt att låsa in information.<sup>147</sup> Budskapet välkomnades av tidningsbranschen, som satte särskilt stor förhoppning till Apples surfplatta Ipad, vars svenska lansering skedde i slutet av 2010.<sup>148</sup> Vid samma tidpunkt som en allmän nät-pessimism bredde ut sig, växte åtminstone en optimistisk syn i fråga om nya sätt att ta betalt. Eller var detta två sidor av samma mynt?

<sup>146</sup> Charlotta Friberg, ”Nätet behöver frihet mer än nya lagar”, Östgöta-Correspondenten 2012-03-31; Anders Mildner, ”Öppet nätliv”, *Internetworld* 2012-06-12; Anders Mildner, ”Mellan mallarna”, *Expressen* 2012-07-01.

<sup>147</sup> Chris Anderson & Michael Wolff, ”The Web is Dead. Long Live the Internet”, *Wired*, 2010-08-17; Martin Aagard, ”Webben dog – och blev en tv”, *Aftonbladet* 2010-08-30; Harry Amster, ”Nya burkar för tv-tittandet”, *Svenska Dagbladet* 2010-09-17.

<sup>148</sup> Karin Myrén, ”Ipad räddningen för tidningarna”, *Computer Sweden* 2010-05-07; Adam Erlandsson, ”En märklig väntan är nu över”, *Svenska Dagbladet* 2010-11-30; Martin Gelin, ”Äpplet faller långt från läsarna”, *Sydsvenska Dagbladet* 2010-12-28; Ulrika Fjällborg, ”Baksmällan på nätet”, *Veckans Affärer* 2011-04-14.



### NÄTDEBATTEN 2005–2015: TRE FASER

Utifrån det material som här har studerats är det möjligt att periodisera den svenska debatten om internet och den nya medielogiken.

En första fas, från 2006 till 2008, präglades av optimism och svärmeri inför det nya medieklimat som kallades ”web 2.0”.

Finanskrisens utbrott år 2008, med efterföljande nedgång i den globala ekonomin, framstår i efterhand som en vattendelare i mediedebatten. Fallande annonsintäkter för dagspressen skapade en oro som färgade av sig även på spalternas innehåll. Hela perioden från 2008 till 2012 präglades av en stor öppenhet där nyfikenhet och skepsis bröts mot varandra i en livlig debatt. Från 2010 satte den nät pessimistiska litteraturen tydliga avtryck i svensk kulturdebatt, där många skribenter sökte sig mot en föregivet nyanserad mellanposition. Framtiden framstod vid denna tid ännu som ett oskrivet blad.

Under den tredje fasen, från 2012 till 2015, gick luften däremot ur de digitala utopierna. Resignationen bredde ut sig i mediebranschen. Nu gällde det att finna strategier för överlevnad i en ny medielogik, även om det innebar att skära ner på journalistiken och satsa på en mer cynisk klickjakt.

### NÄTPROFETERNA OCH DERAS SVENSKA FÖRMEDLARE

Artikeln har presenterat ett antal tongivande röster som har gjort anspråk på att förklara vad som är nytt med de nya medierna och vad som kommer att hända med kulturen, bildningen och politiken. Inom mediebranschen har de tjänat som referenspunkter för ett konsensusskapande kring ”nya affärsmodeller”. Bakom alla dessa frågor och svar anas ofta en ännu mer långtgående strävan efter att identifiera nätets väsen.

Om de nämnda nätoptimisterna tidvis har tilldelats rollen som profeter, har flertalet nätskeptiker snarare positionerat sig som anti-profeter, med det självpåtagna uppdraget att sticka hål på en ogrundad optimism. Därmed har nätdebatten fått en tydlig dramaturgi som även gjort det möjligt för svenska debattörer att söka efter vad som uppfattats som en nyanserad mellanposition.

Inledningsvis nämndes att debattens tongivande röster till överväldigande del var män, bosatta i USA, företrädesvis i Kalifornien. Till detta kan läggas en tydlig generationsaspekt. Chris Anderson och Lawrence Lessig är födda 1961; Clay Shirky och Yochai Benkler år 1964. De tillhör alltså, i likhet med president Barack Obama, den yngre delen av den generation som i USA kallas för baby boomers. Bland nätskeptikerna finns en liknande slagsida: Nicholas Carr, Andrew Keen, Jaron Lanier och Susan Maushart är alla födda kring 1960. De mer politiskt inriktade Eli Pariser och Evgenij Morozov hör däremot till en yngre generation, födda i början på 1980-talet, som nådde vuxen ålder efter internets genombrott.

Mot denna bakgrund går det att dra vissa slutsatser kring den svenska receptionen. Det är lätt att peka ut de fyra viktigaste förmedlarna av Chris Andersons teori om ”den långa svansen”: Jan Gradvall, Martin Jönsson, Anders Mildner och Martin Gelin. Gemensamt för dessa var att de tycktes röra sig obehindrat mellan kultur- och ekonomisidorerna i de stora dagstidningarna, bland vilka Svenska Dagbladet och Sydsvenskan länge utmärkte sig som särskilt viktiga forum.

Gradvall, Jönsson och Mildner – som spelat mycket viktiga roller i debatten om nya medier i Sverige – är alla födda kring 1960-talets mitt. Tittar man på de övriga skribenter vars namn återkommit bland källhänvisningarna märks att de allra flesta är män födda på 1970-talet;<sup>149</sup> några exempel är Nicklas Lundblad, Pelle Snickars, Sam Sundberg, Andreas Ekström, Tobias Brandel och Fredrik Wass. Receptionen dominerades alltså av män som hunnit etablera sig i mediefären innan det digitala genombrottet var ett faktum. Många av dem tycks också ha övergått från att främst skriva om popmusik till att skriva om digitala medier. För övrigt har såväl Chris Anderson som Nicholas Carr bakgrund som popmusiker under 1980-talet.<sup>150</sup>

<sup>149</sup> Därmed inte sagt att 1980-talisterna varit frånvarande i debatten om internets väsen. Troligen har dessa förhållit sig mer till egna erfarenheter än till idéer som importerats från USA.

<sup>150</sup> Nicholas Carr spelade i det föga kända punkbandet The Adrenaline Boys, medan Egoslavia rönt något större uppmärksamhet med sin LP som utgavs 1982, med Chris Anderson på bas.

Ett slående drag i denna receptionsstudie är, i vilket fall, hur många namn som återkommit från 1990-talets inflytelserika stockholmstidskrifter Pop och Bibel. Där verkade Jan Gradvall, Martin Jönsson och Martin Gelin. Andres Lokko, Kjell Häglund, Linda Skugge och Fredrik Strage är andra namn från Pop-kretsen som på 2000-talet gjorde sig kända som kommentatorer av den nya medielogiken. Och går man utanför Stockholm kan noteras ytterligare en popkoppling hos Anders Mildner och Daniel Sandström, som båda på 1990-talet spelade i det lundensiska popbandet Beagle, innan de gick vidare till Sydsvenskan och blev tongivande medieanalytiker.

En slutsats kan rentav vara att web 2.0, under några år i 2000-talets början, blev ”det nya pop”. Vad detta innebar var att den politiska analysen präglades en populärkulturell trendlogik, där varje positionering är dömd att snart pekas ut som hopplöst passé. De olika positionerna tenderade att först ta form i en nordamerikansk kontext, för att sedan exporteras och populariseras. Under några år utmärkte sig visserligen Sverige för en stark politisering av frågor om upphovsrätt och övervakning, men även där märktes en tydlig utmattning i början av 2010-talet.<sup>151</sup> I vilket fall går det inte att bortse från att journalistikens osäkrare villkor även kom att förändra den journalistiska berättelsen om internet.

När berättelsen om dagspressens kris så småningom ska skildras av historiker kommer det inte gå att bortse från dess ekonomiska koppling till finanskrisen – men inte heller från hur nätprofetismen förstärkte svängningen från utopism till resignation som präglat förståelsen av den pågående mediehistorien.<sup>152</sup>

---

<sup>151</sup> Rasmus Fleischer, ”Därför låter vi oss övervakas på internet”, *Dagens Nyheter* 2015-09-14.

<sup>152</sup> Jfr Peter Wolodarski, ”En isande varning om vart gratisfilosofin leder”, *Dagens Nyheter* 2016-05-15.