

INNEHÅLL

Du, jag och alla andra självutnämnda experter	5
1. Dom konstiga (en sorts inledning)	6
2. Tusentals år av kunskapstörst gav oss liv och kunskap .	13
3. Var det så här det blev?	18
4. Så nu får man inte ha åsikter längre?	24
5. Hur hamnade vi här?	27
6. Hjärnan har genetiskt (nästan inte) förändrats alls	28
Vi är programmerade men kan välja.	28
Den som hör till gruppen överlever	31
Om du inte flyr från faran dör du	35
Alla är som jag, jag, jag, jag	37
Just du genomsådar ju reklam och propaganda	45
Samhällelig placebo.	48
Dunning-Kreuger vet varför du vet allt	56
Vi vänjer oss	58
Gör tröttheten att vi känner oss mer hotade?	60
7. Samhället har förändrats väldigt mycket	64
De bäst utbildade generationerna någonsin.	64
Fakta och kunskap är inte samma sak.	69
Forskning och förståelse är olika saker	73
Kupésamhället har blivit maxat	77
När bandymålvakten flyger planet	80

Alla kan väl styra ett land (populismens triumf)	82
Konspirationsteorier.	87
Någon-annan-ismen	91
Populärkulturen har gett oss nya kompisar	94
Vi är många fler nuförtiden och vår tid är oändlig	97
Till slut hittade "ryssen" ett sätt att vinna krigen	99
Journalistikens kapitulation: "Förklara på 10 sekunder!" . . .	102
Effektsökeri har kidnappat det offentliga samtalet	104
Äntligen slipper vi tänka innan vi reagerar (sociala medier och hjärnan)	109
Disruptiv teknik möts inte av disruptiva politiska lösningar. . .	118
Den individualistiska idiotins världsherravälde.	121
8. Det är inte hopplöst (En slags sammanfattning)	125
9. 9 förslag på vad du och jag kan göra.	127
Sex böcker du borde läsa!	129
Källor, hänvisningar och djupdykningar	131
Litteraturlista.	136

DU, JAG OCH ALLA ANDRA SJÄLVUTNÄMND A EXPERTER

Du hade kanske inte suttit där du sitter om Marie Curie hade litat på Twitter-tänkaren @Expert9Real som ”visste” att röntgen inte var lika effektivt som horoskop och att cancer botades bättre med förbön än med strålning.

Så klart, tänker du. Ingen tycker väl att anonyma personer i sociala medier, i taxin, hos frisören eller på torget är mer trovärdiga än forskare, experter och folkbildare. Självklart bör ingen forskare lyssna på anonyma ”experter”. För övrigt fanns ju inte Twitter när Marie Curie verkade (1867–1934).

För hur skulle det kännas om någon sa att ditt jobb som lärare, undersköterska, sjuksköterska, busschaufför, kock eller snickare inte krävde några förkunskaper?

Vi är överens om allt det där. I teorin.

Men ändå är många av oss tvärsäkra om allt möjligt, utan att ens göra en enkel sökning som skulle gett de svar som behövdes. Varje dag ser vi exempel i både sociala medier och dagstidningar på människor som är tvärsäkra på allt – men faktiskt inte har en aning om vad de pratar om. Läs valfri dagstidning några dagar så stöter du snart på insändarsidans motsvarighet till @Expert9Real. Kanske funderar du på om det verkligen är för mycket begärt att de där självutnämnda experterna kollar lite fakta innan de börjar tycka till?

Har glädjen över minskad auktoritetstro lett till att alla nu är experter på allt? Har vi skapat ett ”Hur svårt kan det vara-samhälle”?

Journalistikens kapitulation: "Förklara på 10 sekunder!"

Nyhetsrapportering har alltid handlat om att sammanfatta och förklara, men när människors tålamod minskat har kraven på korta förklaringar blivit extrema.

Snuttifieringen av komplicerade samband innebär att populism och enkla lösningar vinner mark, och att misstro mot myndigheter och auktoriteter förstärks.

Det är lätt att kritisera medier som söker klick hellre än fördjupning, som sparar in på granskande reportage och slutar ställa kritiska frågor, men de är en följd av att medias annonsintäkter flyttats till globala jättar inom sociala medier (Google, Facebook med flera). När det skett samtidigt som allt fler förväntar sig att journalistik och nyheter ska vara gratis så är det svårt för medier att ha råd med höga ambitioner.

En del av utvecklingen har fått god hjälp av naiva medieägare som hoppat mellan olika satsningar som haft en enda sak gemensam: att de inte handlat om att förstärka kvaliteten på journalistiken utan om att förpacka enkla artiklar på nya sätt (Personliga bloggar! Rörliga inslag! Mer tyckande! Engagerande kommentarsfält!). Likväl har vi alla ett ansvar för utvecklingen när vi hellre delar gratisartiklar på Facebook än att prenumerera på en dagstidning.

Om denna utveckling endast innebar att nya mediejättar ersatte gamla och att nya former ersatte föråldrade skulle problemet inte vara stort. Men journalistiken har en viktigare roll än så i ett samhälle. Journalister ska granska, ifrågasätta, ge mer kunskap och bidra till att fler kan delta i det demokratiska samhället. Sådana uppdrag har varken Facebook eller Google; deras enda syfte är att tjäna pengar och tyvärr tjänar man mer pengar om folk

är arga på varandra än om folk för ett lugnt samtal och kommer överens.

När populismen firar triumfer, när vi utsätts för fler intryck och mer påverkan, och när hjärnan har fullt upp med att hålla ordning på vår omvärld ersätts den något mossiga men pålitliga lokaltidningsreportern av en sinnrikt framtagen algoritm som sammanfattar tillgänglig information och utformar den så att du ska klicka på den så mycket som möjligt.

Vad kan gå fel?

Det finns motkrafter. Både i Sverige och i andra länder har nyhetsmedier lyckats väl med att förstärka resurserna för kvalitetsjournalistik och därmed locka till sig fler prenumeranter. Men för de flesta nyhetsföretag fortsätter den nedåtgående spiralen: färre prenumeranter, minskade intäkter, färre journalister, ökat fokus på klick istället för kvalitet och därmed ännu färre prenumeranter. Utan stöd från det offentliga i form av subventioner eller bidrag till seriös journalistik, kopplat till avgifter eller skatt på de sociala medier som kapar åt sig alla intäkter är det svårt att se att vi står inför något annat än en fullkomlig kapitulation från de journalistiska idealen.

Effektsökeri har kidnappat det offentliga samtalet

Den 17 mars 2018 tog Benny Fredriksson sitt liv. Det var drygt ett år efter att han utsatts för *”ett av de absolut mest tragiska och skakande fall svensk medieetik någonsin upplevt”*, som Lars Truedson vid Institutet för mediestudier kallat det. Under #metoo-granskningarna hösten 2017 anklagades Fredriksson som chef på Stadsteatern i Stockholm i bland annat Aftonbladet för grova övergrepp och kränkningar. Aftonbladet påstod att han stått för ett ”skräckvälde” på teatern och utsatt kvinnor för sextrakasserier. Både SVT och Aftonbladet fälldes för publiceringarna, anklagelserna styrkes inte men Fredriksson drabbades av en djup depression till följd av mediedrevet.

Man kan tänka sig att en så tragisk berättelse skulle leda till sans och måtta, i synnerhet när lärdomarna skulle diskuteras. Så blev det så klart inte. I debatten måste man höja rösten för att höras, och ingen människa är för liten, för skör eller för stor för att förtjäna lite offentligt hån, lite hets och lite personangrepp.

Det finns en utbredd uppfattning att kända människor får finna sig i att bli hånade och angripna. Det kan man självklart tycka, men den som anser det får också finna sig i att rannsaka sin egen roll när utsatta människor tar sitt liv efter osanna anklagelser eller när allt färre är beredda att ta på sig publika uppdrag. De borde också rannsaka sig själva när den högerextrema hatsvansen mordhotar journalister som ställt kritiska frågor till SDs ledare Jimmie Åkesson eller granskat folkvalda politikers nazisthyllningar. Den råa tonen, de hätska angreppen och oviljan att utsätta sig för följderna av offentliga uppdrag skapas nämligen inte i ett tomrum. De är samma andas barn: effektsökeri och konfliktförstorande har kidnappat det offentliga samtalet och resten av samhället.

Johan Lindqvist skrev i Göteborgs Posten i juni 2018 och påpekade hur farlig förändringen av språket är:

”Färden mot det hårda, intoleranta samhället löper nämligen parallellt med en högst medveten förändring av språket. När språkbruket brutaliseras och ordens värde och innebörd förskjuts och förvanskas byggs det upp ett verbalt, politiskt och i förlängningen högst reellt våldskapital.”

”Språkets gränser är alltså flyttbara och vi anpassar oss snabbt. Avtrubningen inför råheter och förvanskningar är otäckt effektiv.

Så låt oss vara varsamma om orden och dess värde. Vi behöver dem för att kunna behålla vår värdighet. Ger vi upp språket är det ett första steg mot barbariet.”

Ett tydligt exempel på konfliktsökande (men inte på extremism eller våldsförhärligande) är Arkitekturupproret på Facebook. Över 40 000 svenskar är ”medlemmar” i gruppen som blandar raljerande om ”fula hus” med hets mot enskilda och lögnar om svenska arkitekter. Gruppen har lagt ut bilder på arkitekters bostäder och länkat till dessas hemadresser, bland annat för att illustrera sitt påstående om att svenska arkitekter bor i vackra gamla hus men ritar fula nya hus. Detta påstående var dock falskt, både vad gäller vilka hus svenska arkitekter bor i och huruvida gamla hus är finare än nya – men genom väl valda exempel kan man bevisa vad som helst.

Även om man bortser från Arkitekturupprorets uppenbara överskridande av god ton och vanligt hyfs är gruppens debattstil intressant att följa som ett exempel på hur effektsökeri lönar sig. Genom en omröstning på Arkitekturupprorets hemsida korades Borlänge till Sveriges fulaste stad utan annat underlag än allmänt tyckande. Det är i sig harmlöst och kunde ha passerat som en rolig grej i en kompisgrupp på webben, men nu var det i en grupp som samlar 40 000 individer och som dessutom vet hur opinionsbildning fungerar. Självklart blev Borlänge Sveriges fulaste stad i alla andra medier också, som

gladeligen återgav den helt ogrundade omröstningen. Att hitta på en utmärkelse fungerar alltid.

Ett annat väl fungerande klickbete som Arkitekturupproret är skickliga på, är att välja ut ett nybyggt hus som ser trevligt ut i ett annat land, till exempel Estland, och sedan lägga det bredvid det fulaste modulbygge de hittat i Sverige. Vem som helst inser att det finns gott om fula hus – oavsett smak – i såväl Estland som i Norge, Frankrike och Storbritannien. Liksom i Sverige. Men genom skicklig användning av bilder får Arkitekturupproret spridning och tar mer plats i debatten. Roliga memes fungerar alltid.

Att det samtidigt finns en hel yrkeskår av utbildade arkitekter som försöker höja ambitionsnivån vad gäller byggnation och gestaltning i Sverige smäller inte lika högt, dessa har fullt upp med att försöka förhålla sig till den budget de fått för ett projekt och de krav som myndigheter och lagstiftare ställt upp. Kunskap är helt enkelt sällan lika klatschigt som memes, omröstningar och allmänt hån.

Kanske är det välstånd, rikedom och oändligt med tid som placerat oss i ”ilskans tidsålder”? Samhällsklimatet skapar problem för kunskapsutveckling, sansad debatt och viljan att förbättra samhället. Minskade resurser (och lägre ambitioner) inom nyhetsmedia, förändrade konsumtionsmönster vad gäller media (mer rörlig bild, mer prat och mer tyckande) tillsammans med ett antal andra faktorer får följder i kombination med ny teknik, kunskaper om manipulation och extrem individualisering av budskap.

Att söka effekt är inte nytt. Varje ungdomsgeneration i vår tid söker uttryck för att markera avstånd från äldre generationer: från 60-talets ”långa hår” och oanständiga höftrörelser, till punkens och hårdrockens nitar, till goth, emo eller cosplay idag.

Inte heller är effektsökeri förbehållet uppror, opposition eller utanförskap. När statsminister Stefan Löfven 7 september 2020 presenterade statsbudgeten var det själv-

klart inte ett spontant infall att använda ordet ”sjujäkla” i beskrivningen. Någon hade kommit fram till ett ord som passade Löfvens tonfall och position, men som ändå kunde sticka ut. Statsministern citerades ordagrant i nästan alla mediekkanaler när han, väl inövat, sa: ”*Om ni ursäktar mig är det här en sjujäkla satsning på välfärden*”.

Själv var jag kampanjansvarig när TCO 1999 lyfte jämställdhetsfrågan i den maximalt uppmärksammade PITT-kampanjen där löneskillnader och andra orättvisor mellan män och kvinnor påtalades på affischtavlor och i stora annonser med formuleringar som: ”Det verkar krävas mer än Politiska Ingrepp för att Tjejer inte ska Torska i arbetslivet” eller ”Vad tjejer Behöver för Att få Lika lön för Lika arbete är något alldeles Extra”.

Självklart handlar sådant också om effektsökeri: det som avviker från normen, som sticker ut och får oss att haja till får oss att reagera. Kanske är det för att det hela tiden krävs mer och mer för att få oss att reagera och för att det som är ”normalt” återfinns på ett så brett spektrum som effektsökeriet helt tycks ha tagit över den offentliga debatten. Var och en bör – liksom jag – fundera på sin roll i detta.

Det finns skäl till att man brukar rekommendera att man inte ska fatta viktiga beslut när man är pressad eller upprörd: hjärnan är helt enkelt inte särskilt bra på att processa och hantera information, beslut och slutsatser i dessa lägen. Därför är det inte självklart en bra idé att spela in raljanta samtal om andra människor och lägga upp dem för allmän lyssning.

I en podd av Expressen har de båda kulturtyckarna Gunilla Brodrej och Martina Montelius hittat ett bekvämt koncept: de kan passa på att spela in sitt samtal medan de äter lunch, dricker vin och pratar illa om andra människor.

Deras podd hamnade i fokus för debatten om villkoren i det offentliga samtalet efter att de, hösten 2020, fått

mothugg av författaren Lena Andersson (som de gått hårt åt). Lena Andersson begärde att få medverka i podden och lyfte i samtalet såväl tonen, som bristen på saklighet och argument från de båda kulturtyckarna. De båda tyckarna visade att de inget förstod av invändningarna: för dem var det självklart att håna och ägna sig åt personangrepp. Sånt ska man tydligen tåla i debatten.

Man kunde valt andra exempel på råheten, den bristande empatin och ointresset för ett sansat samtal, men Brodrej & Montelius är så tydligt. Särskilt som Lotta Olsson i DN formulerade sig så väl kring dessa: *”Jag tror att Gunilla Brodrej och Martina Montelius är genuint ärliga. De tycker förmodligen att de är både roliga och vassa i sina formuleringar. Själv hör jag något annat: högstadiets skolgårdsdrottningar, som när som helst är beredda att med darr på rösten säga att de inte alls är mobbare. De bara skojar, ju!*

Då, som så många andra gånger den här hösten, tänker jag på att det tyvärr bara verkar vara Åsa Linderborg som tycks ha lärt sig något av Benny Fredrikssons självmord. Och att alla andra är så upptagna med att anklaga Åsa Linderborg för att ha gått över gränsen att de inte märker hur länge sedan det är de själva passerade den.”
(DN 7/9 2020)

Äntligen slipper vi tänka innan vi reagerar (sociala medier och hjärnan)

Det har gjorts massor av mer eller mindre vetenskapliga tester på hur vi hanterar sociala medier, de flesta visar att vi är asociala när vi använder dem. Om sociala kontakter handlar om att bry sig om andra, att trivas i andras sällskap eller att skapa förtroendefulla relationer misslyckas sociala medier rejält.

Det är inte en myt att människor skickar vidare nyheter i sociala medier utan att läsa texten, det är styrkt i tillräckligt många undersökningar. Forskning visar också att vi trivs sämre i andras sällskap om vi exempelvis har vår mobiltelefon på bordet bredvid oss; även om den är vänd upp och ner. Detsamma gäller i skolan: elever presterar sämre när de har mobilen på sig.

Det är inte konstigt; vår hjärna har begränsningar och vi kan inte tänka på allt samtidigt. Om hjärnan hela tiden tänker att den inte ska titta på mobilen blir vi mindre koncentrerade. Om du är en av de få som faktiskt bara använder mobilen till att ringa med så är mobilen för dig givetvis inte liktydig med sociala medier, men för de flesta användare av ”smartphones” så är det användningen av olika sorters sociala medier som är det centrala användningsområdet.

Redan förekomsten av sociala medier (tillgängliga i handen eller i fickan precis hela dagen) är ett problem för hjärnan. Men här ska vi fokusera på hur dess existens samspelar med andra faktorer som gör att vi beter oss lite väl dumt, lite väl ofta.

Kommunikation har i någon mån alltid handlat om manipulation, men förr var kanalerna i allmänhet öppna och synliga. Masskommunikation (reklam i exempelvis tidningar eller på tv) vände sig sällan till alla som såg reklamen, den var anpassad efter en viss målgrupp: människor

som gillade läsk med cola-smak, människor som drömde om en ny säng eller människor som hade körkort.

Men reklam och kommunikation var tidigare dum; den hade liten förmåga att manipulera dig på djupet. Den kunde bidra till att du köpte en annan läsk i butiken, men den lyckades sällan förändra dina känslor eller beteenden på ett djupare plan. När du vände sida eller bytte kanal var reklamen borta, och de flesta budskap satte inga större spår i ditt beteende.

Somliga hävdar att inget är nytt. När boktryckarkonsten kom, när böcker blev billiga, när filmen spreds, när talfilmen slog igenom, när rocken kom, när hårdrocken blev stor, när hip-hopen blev populär; alla förändringar har föregåtts (eller följts av) varningar om vilken effekt de skulle ha på mänskligt beteende. Sanningen är självklart att de både haft effekt och inte haft det. Varningarna har dock aldrig besannats så som sagts.

Hjärnforskare menar dock att det finns avgörande faktorer förknippade med sociala medier och appar i vår smartphone eftersom de kidnappar vårt belöningssystem på ett sätt som inget media tidigare lyckats med.

Vi reagerar inte logiskt eller rationellt på budskap som berör exempelvis politiska, religiösa eller för oss kulturellt viktiga frågor. När detta paras med avancerad användning av personlighetstyper (vetenskapliga metoder, inte hittepåteorier om färger) och kommuniceras med individuellt anpassade meddelanden är effekten kuslig.

En annons i tidningen syns för alla läsare, men i sociala medier syns den bara för dem som kan påverkas av annonsen – de som är målgruppen. Numera tillåter inte Facebook så kallade ”dark ads” (annonser som inte går att spåra), men i realiteten gör det inte så stor skillnad för hur din hjärna påverkas.

När Trump-kampanjen 2016 sände tusentals individuellt anpassade budskap som bara sågs av den de var riktade till, utifrån just de personernas personlighet, fick det effekt.

Genom att få tänkbara Hillary Clinton-anhängare i de delstater som avgjorde valet att låta bli att rösta avgjordes valet. Även om det fanns flera faktorer som bidrog till att Trump blev vald (rysk påverkan, skandaler runt Hillary och så vidare) så hade effekten av dessa faktorer aldrig fått samma resultat utan individuellt anpassad annonsering. Valet avgjordes av knappt hundra tusen röster i tre delstater (Hillary Clinton fick stöd från en majoritet av alla väljare i USA, men elektorssystemet gav Trump segern).

Svarta väljare skrämdes bort från vallokalerna genom att påminna om ett gammalt citat som påstods visa att Hillary ogillade svarta män. Etablissemangskritiker skrämdes bort genom påminnelser om vänster-demokraters angrepp på Hillarys kopplingar till finansmarknaden. Väljare som i högre grad betonade lag och ordning påmindes om misstankarna om felaktig mailanvändning ("ingen rök utan eld"), påhejade av Trumps uppmaning om "lock her up".

Med sociala medier har manipulationen nått in i hjärnan: Facebook och de andra vet precis när vi är som mest mottagliga och den som betalar kan använda den kunskapen. Och ändå har vi inte sett slutet.

Med AI kan allt det där – i alla fall i teorin – ske helt utan att någon uppfattar det. Och en stor del av oss människor kan bli helt onödiga, på ett sätt som aldrig varit möjligt tidigare i historien. Våra hjärnor förändras inte särskilt snabbt, men våra beteenden kan ändras: fråga den som försöker sluta röka om hur hen hanterar bristen på en cigarett mellan fingrarna, fråga den arbetslöse som vänjer sig vid sovmorgon eller fråga pensionären som plötsligt tycker att en läkartid på torsdag gör att hela veckan är bokad.

Vad innebär det för vårt beteende om våra jobb blir överflödiga, om telefonen på egen hand gör handlingslistan eller om vi inte längre behöver komma ihåg namn

för att google-linser viskar namnet när vi ser personen framför oss?

AI och ännu mer effektiva datorer kommer inte att förändra allt: frågan är hur vi ska bete oss med de förändringar som vi inte anar. Det kan verka rimligt att låta en idiotsäker bil köra oss så vi slipper rattfylla men hur möter den perfekta bilföraren en gående idiot? Och vad händer med våra städer om våra bilar skjutsar oss till jobbet och sedan åker ur staden: och på det sättet fördubblar antalet resor som görs? Vad händer med den mänskliga hjärnan om vi inte är nyttiga, om vi inte behöver komma ihåg vad vi ska handla på vägen hem? Vi vet att passivisering av äldre sjuka människor gör att de dör tidigare; bristen på vardagliga sysslor försämrar hälsan. Vad händer då om vi aldrig behöver komma ihåg något?

Här ska vi inte uppehålla oss vid de större följderna på mänskligt beteende av ny teknik och artificiell intelligens, det som är relevant här är hur det påverkar vår förmåga att ta till oss kunskap, information och fakta.

På det sättet kan Corona-krisen ge oss lärdomar. Prognoser, matematiska beräkningar och simulering av spridning av Covid-19 har visat att det är mycket svårt att göra rimliga antaganden när man inte har tillräckligt med data som grund. I olika länder har balansen mellan smittspridning och ett fungerande samhälle diskuterats och även om man är väldigt optimistisk till möjligheterna med AI så är det uppenbart att denna typ av avväganden är nästintill omöjliga att göra maskinellt. Det krävs människor som vågar ta ansvar för att göra avvägningar mellan alternativ som alla är oönskade och hemska. Beslutsfattare kan gömma sig bakom algoritmer och beräkningar, men i slutändan går det inte att programmera en beslutsmaskin när det finns för många okända faktorer.

Vi har redan konstaterat att vi (i alltför hög grad) tror på det som presenteras av ”våra vänner” i sociala medier och

att vi tror att vi reagerar logiskt. Det är då illa nog att våra vänner vidarebefordrar nyheter (rubriker) utan att ens läsa artikeln, men ännu värre är att sociala medie-plattformar ”hjälper” oss med det vi uppfattar som vänner tips. Våra flöden i sociala medier baseras vare sig på tid för publicering, hur nära vänner vi är eller något annat. De baseras på det plattformen kommit fram till är mest effektivt för påverkan, engagemang och annonsering.

Tidigare har vi avhandlat konspirationsteorier, men det är värt att påminna om hur exempelvis Facebook (och andra sociala medier) samverkar med detta. Sociala medier ger fler möjlighet att sprida sina idéer, även om de är befängda. Och de innebär att den enskilde riskerar uppfatta det som att en idé har större stöd än den egentligen har. På så sätt förstärker sociala medier effekterna av konspirationsteorier och liknande anti-sociala beteenden.

Kent Werne, som skrivit om konspirationsteorier, påpekar att spridandet blivit en del av exempelvis Facebooks arbetssätt. I en intervju i finska Yle kommenterar han avslöjandet om att Facebook medvetet spred konspirationsteorier om George Soros för att slippa undan kritiken mot hur företaget agerat (bland annat i presidentvalet 2016).

”När organisationer som Facebook använder sig av sådant här så inser man att konspirationsteorier delvis blivit mainstream. Företaget märker att väldigt många människor tror på den här sortens konspirationsteorier och då ser man en möjlighet att använda sig av det för att rädda sitt eget skinn.”

Forskaren Martin Kranzbergs citat återkommer ofta *”Teknik är aldrig ond eller god. Men inte heller neutral.”* Att tekniken går att använda effektivt till onda handlingar vet vi. Bevisen är överväldigande.

FN förklarade 2018 att förföljelserna av rohingyamuslimer i Burma var att betrakta som ett folkmord. 700 000 muslimer flydde från Burma till Bangladesh 2018 efter den

etniska rensning och de förföljelser som skedde 2017. I en rapport konstaterade FN att Facebooks aktivitet i Burma bidragit till en ”markant ökning” av våld och mord mot rohingyamuslimerna. Rapporten konstaterade att FB haft en ”avgörande roll” i folkmordet, i att hetsa upp hat mot rohingyamuslimerna. Såväl extremister som officiella företrädare (exempelvis militärpolisen) spred lögn och hat mot muslimerna, och i Burma spelade Facebook en avgörande roll. I landet är internet i det närmaste synonymt med Facebook, det saknas mycket annan infrastruktur. Genom ett samarbete mellan ett statligt telekomföretag och Facebook fick 30 miljoner (jämfört med tidigare 2 miljoner) burmeser en internetuppkoppling, via Facebook. När våldet ökade 2016 varnade människorättsgrupper Facebook för vad som var på väg att hända: trakasserier, våldshot, fejkade nyheter och förföljelse blev vanligare via Facebook och Messenger. Facebook agerade inte. FNs utredare, Yanghee Lee, kommenterade till Reuters:

”Allt i Burma görs via Facebook. Det användes för att sprida uppmaningar till våld och hat mot rohingyamuslimerna och andra etniska minoriteter. Jag är rädd att Facebook har förvandlats till ett odjur, som inte alls påminner om vad det en gång var”.

När Karin Pettersson och Martin Gelin i boken ”Internet är trasigt” kritiskt granskar vad Facebook och andra jättar gör mot vårt samhälle handlar det inte om att skrika varg. För det första är den här vargen redan inne i nästan varenda hem, och för det andra så är effekterna bevisade; det handlar inte om ogrundade varningar. Så här skriver Karin Pettersson i inledningen:

”Google och Facebook är ett par av världens genom tidernas mäktigaste företag. På bara några år har de förändrat våra samhällen i grunden. Omvärldningen skär igenom det mesta vi gör. Politiken med dess stuprör klarar inte riktigt att hantera den. Journalistiken vet inte riktigt hur den ska rapportera om den. Det är en farlig situation.”

Är det att överdriva faran? Döm själv.

2016 angav nästan hälften av alla amerikaner att de får sina nyheter från Facebook och 9 av 10 av dem under 34 år angav att Facebook var en viktig källa för nyheter (2015). Som jämförelse kan nämnas att den tidigare största koncentrationen i media (i USA) skedde på 1950-talet. Då var det tre kanaler som nådde tillsammans 50 procent av alla tittare.

I presidentvalet 2016 anklagades Facebook för att låta trollkonton och andra påverka amerikanska väljare, Facebook-grundaren Mark Zuckerberg avfärdade det som påhitt. Våren 2017 erkände så Facebook att anklagelserna stämde: otillåtna ryska trollkampanjer kan ha nått så många som 150 miljoner amerikanska Facebook-användare under valkampanjen 2016. Dessutom skickades stora mängder individuellt anpassade annonser, från anonyma avsändare, vilket enligt forskare starkt bidrog till att Donald Trump vann i de tre nyckelstater som avgjorde valet. Nyhetssajten Pro Publica har visat att det då gick att använda Facebooks annonseringsverktyg för att rikta annonser till antisemiter: med hjälp av sajtens egen algoritm erbjöds de 108 000 personer som hade en profil som bedömdes som anti-semitisk.

Idag når Facebook minst 2 miljarder människor, världen över, och för mottagaren ser en fejkad annons eller ett påhittat budskap exakt lika trovärdigt ut som ett sant eller faktabaserat påstående.

Så är varningarna överdrivna? Lyssna på dem som var med och byggde upp Facebook. Roger McNamee var med och finansierade och bidrog till skapandet av dagens Facebook. Han skrev till Mark Zuckerberg och varnade för trollkampanjer och falska annonser inför valet 2016. Inget hände, förrän efteråt. Då var Trump redan president.

Statsvetaren och författaren Siva Vaidhyanthan intervjuas i "Internet är trasigt" om Mark Zuckerberg och hans bristande insikt:

”Jag tror att hans oro över hur Facebook påverkar världen är genuin. Men jag tror även att han är naiv och ovillig att se sanningen. Han saknar ett historiskt perspektiv på hur mänskligheten samverkar. Det vi vet är att Facebook förstärker de mest känslomässigt starka budskapen, vilket innebär att det material som gynnas är exempelvis bebisar och hundvalpar, men även högerextremism och rasism.”

Det har konstaterats många gånger i denna bok att vi inte agerar rationellt, att vår hjärna lurar oss och att vi behöver fundera på om vi reagerar eller agerar utifrån genomtänkta handlingar. I kombination med sociala medier är detta helt avgörande.

Sociala medier är utformade för att få oss att reagera och att stimulera hjärnan till ett beteende som gör att vi använder appen eller sajten mer. Det kan handla om röda aviseringar om nya meddelanden eller händelser, om en liten fördröjning medan appen uppdateras eller om att uppdateringar hamnar i ditt flöde när det är störst chans att du ska se dem. Allt detta eftersom konstruktörerna är välutbildade i psykologi och mänskligt beteende. Utifrån hur vi människor agerar på vissa stimuli vet de hur de ska utforma programmet, appen eller webbplatsen. I detta fall är vi i stort sett bara varianter av de djur som psykologen Ivan Pavlov fick att utsöndra saliv så fort de hörde en klocka ringa (när den kopplats till utfodring). Vi är mer avancerade och har förmågan att ifrågasätta och agera på annat sätt, men det kan vi bara göra när vi tänker efter (”tänker långsamt”, för att citera Daniel Kahneman). När vi tillåter oss att bara reagera på det som händer i appen kan vi ”programmeras” att exempelvis bli upprörda av bilder, precis på samma sätt som att enarmade banditer, nätspel och betting är utformade för att vi ska tro att vi vinner nästa gång och göra det svårt för oss att sluta.

Problemet är att vi agerar utifrån hjärnaktivitet som vi inte alltid är medvetna om. Tidigare i boken redogjordes

för vad hjärnscanning visar om hur vi tar emot politiska budskap, om hur vi luras av våra uppfattningar. Det gäller i än högre grad med sociala medier: vi agerar på impuls och drivs av grundläggande mänskliga behov (som beskrivs i delen om hur hjärnan inte förändrats särskilt mycket).

Innan det är dags att sova tittar många på telefonen; i den stunden är vi dessutom trötta och påverkas av annat. Ja, hur kan det gå fel...?

DET ÄR INTE HOPPLÖST (EN SLAGS SAMMANFATTNING)

Vår hjärna gör att vi drar förhastade slutsatser och det kan vi inte förändra eftersom hjärnan är programmerad på det sättet sedan tusentals år.

Du kan tycka vad du vill om det och du kan låtsas att just din hjärna avviker, men få saker är bättre bevisade än att vi människor är beroende av snabba reaktioner och att dessa överlag är väldigt svåra att styra. Det gör att vi tolkar saker olika, att vi reagerar utifrån våra egna förutsättningar och att vi exempelvis lurar oss själva att vi sett saker vi aldrig sett.

Det går definitivt att öva upp funktioner i hjärnan men ingen hjärnforskare hävdar att människans hjärna är skapad för att hantera dagens liv; den är skapad genom evolution under tusentals år och förändras inte på något avgörande sätt på vare sig 1, 20 eller 150 år. Alltså går det inte att vänta på att vår hjärna så småningom ska lära sig hantera alla de signaler som idag skapar problem. Särskilt som många av signalerna är avsiktligt skapade för att utnyttja hjärnans sätt att reagera. Hjärnans grundläggande programmering kan du inte ändra, men vi kan alla träna oss för att bli bättre på att förstå varför vi agerar som vi gör. Vi kan ändra beteenden och vi kan öva upp funktioner.

Att faktorer i samhället framkallar, förstärker och utnyttjar hur vi är programmerade kan vi förändra och vi måste, var och en av oss, börja med oss själva och där vi befinner oss.

Ökad kunskap gör människan starkare, mer förberedd och bättre rustad för att möta dessa utmaningar. Det är möjligt att förändra sitt eget sätt att agera och att bidra till att andra agerar annorlunda. Men det kräver att du utgår från den kunskap som finns och försöker använda den i vardagen.

Om du vill genomskåda marknadsförarnas knep kommer du en bra bit genom att ställa dig frågan: vad vill de att jag ska göra? Vad tjänar de på i mitt agerande?

Om du vill undvika att oreflekterat dela upprörda inlägg i sociala medier hjälper det att ”tänka långsamt” och inte omedelbart reagera med ryggmärgen.

Om vi försöker förstå vad som får 70 miljoner, mestadels troende, amerikaner att rösta på en president som uppenbart ljugar oftare än han går i kyrkan kommer vi längre än om vi stänger in oss för att fila på ett begåvat inlägg som ska förklara för dem att de valde fel.

Utvecklingen är inte ödesbestämd. Även om vår hjärna är i princip oförändrad sedan 40 000 år kan vi göra tillräckligt mycket för att korrigera de värsta misstagen. Om tusentals år av kunskapssökande och nytänkande har lett till ett samhällsklimat som oroar går det att välja en annan väg.

På följande sidor kommer nio förslag på sånt som jag tror kan göra nytta. Hör gärna av dig om du har funderingar kring dessa! Jag nås via www.hursvårtkandetvara.se.

Om vi kommer ihåg att då och då tänka långsamt och inte bara reagera utifrån våra egna åsikter och vår egen personlighet kommer vi långt. Vi kan fixa det här.

9 FÖRSLAG PÅ VAD DU OCH JAG KAN GÖRA

1. **Sov mer!** Rätt mängd sömn gör att du presterar bättre, att du blir klokare och att du blir mer balanserad.
2. **Utgå från en ny gyllene regel:** *”Fråga andra om det du undrar över, såsom du vill att andra ska fråga om de undrar något som du vet.”* Bidra till mer kunskap! Fråga om du undrar och svara om någon frågar, men killgissa inte om du inte har någon verklig koll.
3. **Använd ”silverregeln”:** *Om du inte vet hur man skulle gjort istället bör du vara försiktig i kritiken mot beslut som fattats.* Allt är mer komplicerat än du tror. Avfärda alltid enkla lösningar: de är nästan aldrig rätt, de är sällan långsiktigt hållbara och oftast är de pinsamma efteråt.
4. **Var mer nyfiken!** Ansträng dig för att ta del även av andras åsikter och pröva dem och dina egna. Men det behöver inte vara de mest extrema åsikterna du tar del av, ofta är det klokt att nöja sig med de åsikter som hör till gråskalan i mitten. Därmed bör du också undvika grupp-kategoriseringar. Sluta säga ”vänstern tycker”, ”muslimer är” eller ”vita kvinnor som heter Karen gör”. Ja, du fattar.
5. **Ställ fler frågor om någon är tvärsäker!** Det är bra att vara misstänksam om någon svarar tvärsäkert på komplicerade frågor (de flesta frågor är komplicerade!). Förmodligen har personen missat något eller missförstått.
6. **Var ödmjuk!** Det är tillåtet att ändra åsikt. Lyssna och sträva efter samtal istället för debatt.

7. **Bilda dig!** I normalfallet leder mer kunskap till ökad insikt (men akta dig för Dunning-Kreuger-effekten)!
8. **Var varsam och vaksam med sociala medier.** Du behöver inte sluta använda Facebook, Instagram, Twitter eller annat, men påminn ständigt dig själv att du förmodligen lägger mer tid på dessa medier än du själv vill, och att du i varje ögonblick utsätts för påverkan från någon annan, som vet hur de ska påverka just dig. Och stäng av så många aviseringar du kan i din smartphone.
9. **Sluta inte dröm, men se verkligheten!** Du kan inte förändra världen om du inte accepterar verkligheten som den är, men fortsätt drömma om en bättre värld. Det är verkligheten du ska förändra – inte drömmarna. Det är bättre att kunna glädja sig åt att ha varit med och räddat världen, än att stå vid sidan och sucka över att ingen lyssnade medan den gick under.

SEX BÖCKER DU BORDE LÄSA!

1. "Tänka, snabbt och långsamt", Daniel Kahneman
Det är ingen överdrift att Daniel Kahneman tillsammans med Amos Tversky förändrat det sätt vi ser världen. Deras forskning om hur vi drar felaktiga slutsatser och tänker fel är avgörande inom alla delar av samhälle och liv. Boken är lång men kan med fördel läsas ett kapitel i taget med tänketid mellan. Läs den!
2. "Internet är trasigt – Silicon valley och demokratis kris", Martin Gelin och Karin Pettersson
Många böcker lyfter de utmaningar som sociala medier ställt oss inför, men ingen annan bok på svenska beskriver problemen så rappt och lättbegripligt.
3. "Psykologi på 30 sekunder", Christian Jarrett (red)
Det är alltid bäst att läsa originalen, men när man inte hinner det så erbjuder Jarrett en fantastisk genväg: en lång rad av de mest betydelsefulla studierna och forskarna inom psykologi beskrivs på en sida vardera. Utmärkt som uppslagsbok.
4. "Factfulness", Hans Rosling med Anna Rosling Rönnlund och Ola Rosling
På omslaget till pocketupplagan sammanfattar Barack Obama varför man ska läsa boken: "En hoppfull bok om potentialen för mänskliga framsteg när vi arbetar med fakta snarare än våra inbyggda fördomar."
5. "Den översvämmade hjärnan", Torkel Klingberg
Det borde vara obligatoriskt att ta del av vad floderna av information innebär för hjärnan. Torkel Klingberg är inte bara professor i kognitiv neurovetenskap och väldigt kunnig om hur hjärnan fungerar; han kan även skriva så att man förstår.

6. ”Sömngåtan”, Matthew Walker

Han tar ut svängarna och svingar friskt, men ingen kan ta ifrån Matthew Walker att han är en av de mer kunniga om sömnens betydelse för hjärnan – och att han dessutom kan förklara det på ett begripligt sätt. Att läsa den här boken kan – på riktigt – förlänga ditt liv.

Fler boktips på www.hursvårtkandetvara.se!

LITTERATURLISTA

- Mats Alvesson, André Spicer, ”Dumhetsparadoxen. Den funktionella dumhetens fördelar och fallgropar”, Fri tanke, 2019
- Robert B. Cialdini, ”Påverkan – teori och praktik”, Liber, 2016
- Emma Frans, ”Sant, falskt eller mittemellan?”, Volante, 2018
- Martin Gelin och Karin Pettersson, ”Internet är trasigt – Silicon valley och demokratins kris”, Natur&Kultur, 2019
- Thomas Gilovich & Lee Ross, ”The wisest one in the room (Think Clearly. Make better decisions. Influence people.)”, Oneworld, 2017
- Malcolm Gladwell, ”Vad hunden såg... och andra äventyr”, Modernista, 2015
- Anders Hansen, ”Skärmhjärnan. Hur en hjärna i osynk med sin tid kan göra oss stressade, deprimerade och ångestfyllda.”, Bonnier Fakta, 2019
- Yuval Noah Harari, ”21 tankar om det 21:a århundradet”, Natur&Kultur, 2019
- Jana Holsanova, ”Myter och sanningar om läsning – om samspelet mellan språk och bild i olika medier”, Språkrådet/Norstedts, 2010
- Göran Hägg, ”Kupésamhället, Saga/Egmont, 2019
- Christian Jarrett (red), ”Psykologi på 30 sekunder. De 50 mest tankeväckande psykologiska teorierna, var och en förklarad på en halv minut.”, Tukan förlag, 2019
- Daniel Kahneman, ”Tänka, snabbt och långsamt”, Volante, 2017
- Petri Kajonius, Anna Dåderman, ”Vem är du? Den moderna forskningen om Big Five”, Fri tanke, 2020
- Torkel Klingberg, ”Den översvämmade hjärnan – en bok om arbetsminne, IQ och den stigande informationsfloden”, Natur&Kultur, 2015
- Jaron Lanier, ”Tio skäl att genast radera dina sociala medier”, Mondial, 2018
- Carl Melin & Markus Uvell, ”Innerst inne – vad svenska folket egentligen tycker”, Timbro, 2014
- Tom Nichols, ”The end of expertise – The campaign against established knowledge and why it matters”, Oxford University press, 2017
- Sissela Nutley, Distraherad – hjärnan, skärmen och krafterna bakom, Natur&Kultur, 2019
- Hans Rosling med Anna Rosling Rönnlund och Ola Rosling, ”Factfulness. Tio knep som hjälper dig att förstå världen.”, Natur&Kultur, 2019
- Timothy Snyder, Om tyranni, Albert Bonniers förlag, 2019
- Matthew Walker, ”Sömngåtan – den nya forskningen om sömn och drömmar”, Ordfront, 2019
- Drew Westen, ”The political brain – The role of emotion in deciding the fate of the nation”, Public affairs, 2008
- Åsa Wikforss, ”Alternativa fakta – om kunskapen och dess fiender”, Fri tanke, 2019