

Nettets genkomst?

Af Mads Bødker og Martin Sønderlev Christensen

Amazonas regnskoven er et af de frodigste steder på kloden. Når et træ vælter og en lysning åbner sig, spirer millioner af nye livsformer op, hver med sin helt egen specialiserede strategi for at vokse og overleve.

Mads Bødker
Forskningsadjunkt, CBS
mb.caict@cbs.dk

Martin Sønderlev Christensen
Phd., Advice Digital
martin.christensen@advisedigital.dk

Det er som om, et stort træ er faldet og nyt lys er trængt igennem og Internettet har de seneste 3-4 år bevæget sig mere i retning af en lignende mangfoldig økologi, hvori der er opstået en frodig underskov af små applikationer og services. Ligesom i regnskoven fører specialisering til en frodig mangfoldighed på Internettet.

På mange måder virker det som om, den teknologiske udvikling ikke har nogen nævneværdig betydning for det, der sker i de digitale formidlede sociale systemer. Det er som om, de store, visionære teknologier er forsvundet. Hvad er der blevet af ekspert systemerne, den kunstige intelligens, 5. generations computeren, de neurale netværker, de interaktive chat-robotter? Det nye og udfordrende ved sociale medier er ikke nødvendigvis af teknologisk art, men handler om, hvordan man faciliterer menneskeligt nærvær og netværk på måder, der skaber værdi for den enkelte bruger og for det fællesskab, den enkelte indgår i. Ikke desto mindre er der tekniske facetter af udviklingen, der griber tilbage til Internettets rødder. I denne artikel vil vi forsøge at kontekstualisere det, der har fået den populære, og lidt misvisende, betegnelse Web 2.0.

Er Web 2.0 da et dårligt begreb? Ikke nødvendigvis, men begrebet Web 2.0 er i sit udgangspunkt en kommerciel konstruktion, der synes at være skabt til at sælge dyre billetter til smarte konferencer. Mens det umiddelbart kan tage sig

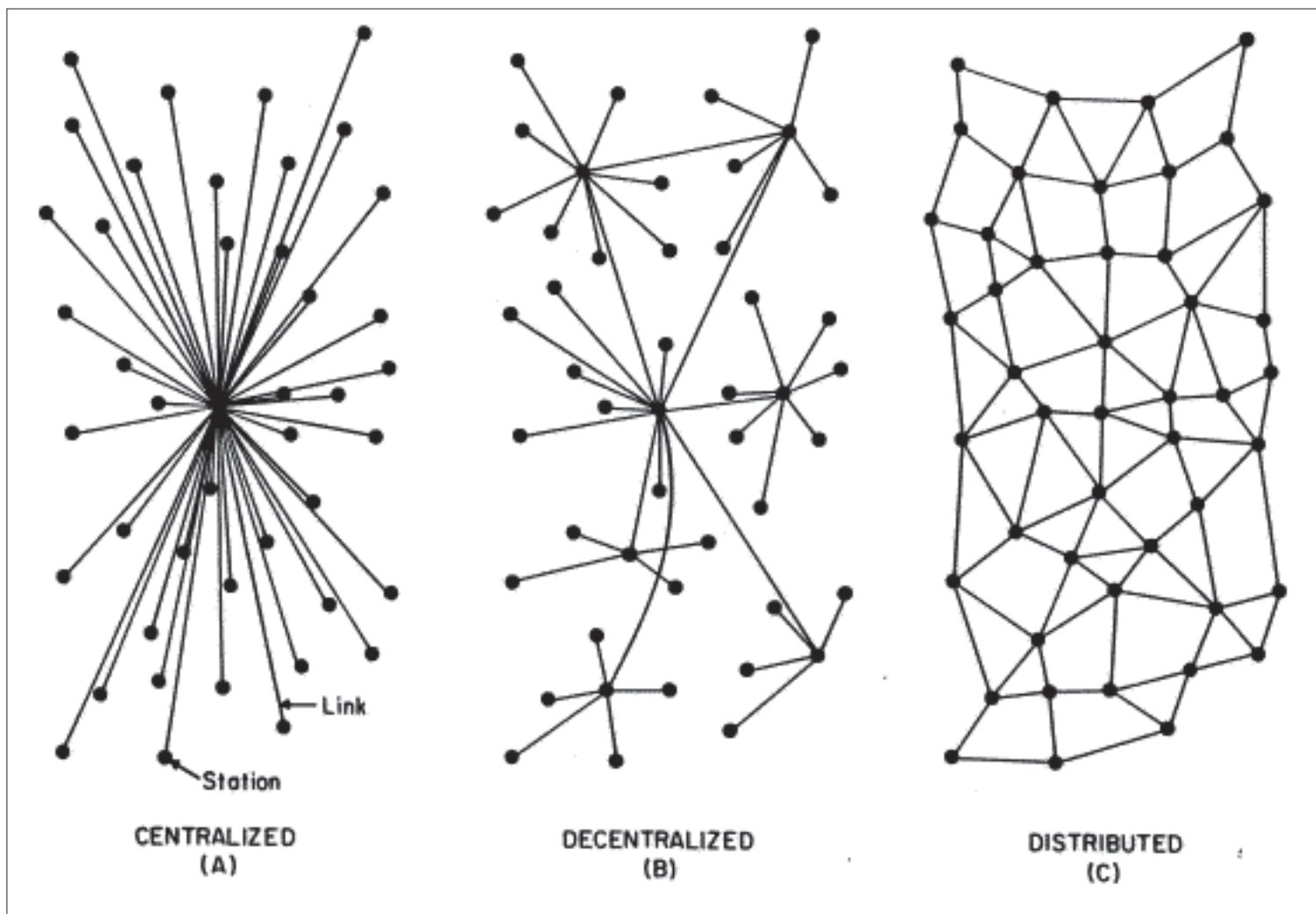
ud som om Web 2.0 er et radikalt paradigmeskifte, så er meget af det, som udfolder sig nu, noget, der i virkeligheden altid har været latent i Internettet, både teknisk og kulturelt – man har bare ikke forstået netværkets grundlæggende styrker rigtigt. Man kan derfor sige, at det ”nye” Internet, det man kunne kalde sociale medier eller social software, i højere grad er genkomsten af noget af det oprindelige tankegods, som var udgangspunktet for Internettet. De Amerikanske universitetsmiljøer dyrkede i begyndelsen af 80’erne en frugtbar dialogkultur over Internettet (bl.a. via det såkaldte USENET), og med World Wide Web i begyndelsen af 90’erne skabte Tim Berners-Lee infrastrukturen for et frit og tilgængeligt netværk, hvor alle kunne oprette websider, videndele og gå i dialog med hinanden. Mod dette udgangspunkt endte 90’ernes forsøg på at bygge mere centraliserede, strømlinede kommercielle informations-motorveje og -siloeer, som bekendt, i dot.com boblens brist.

Forskellen i visionerne, der drev henholdsvis den åbne dialogkultur og det kommercialiserede Internet, kan ses på baggrund af Paul Barans skitsering fra 1964 af, hvordan det Amerikanske militærs kommunikationssystem kunne sikres mod et fjendtligt angreb, der kunne lamme al kommunikation i netværket. Baran foreslog, at infrastrukturen burde være distribueret frem for centraliseret, sådan at hver enkelt station

i netværket var forbundet med alle andre (se illustration). Dette blev det tekniske forlæg for Internettet. Rent teknisk har Internettet derfor altid været et distribueret netværk, men det er først for alvor med det, vi kalder Web 2.0, at vi begynder at udnytte det distribuerede netværks styrker. Det er som om, vi en overgang troede, at Internettet for alt i verden skulle ligne det centraliserede netværk - en traditionel, hierarkisk organisationsform. Med Web 1.0 forsøgte man at tvinge centrale strukturer nedover netværket. Web 2.0 handler derimod om at udnytte styrkerne ved den oprindelige, distribuerede struktur som Internettet er bygget på.

Med det distribuerede netværk er arkivskabsmetaforen ikke længere tilstrækkelig – vi går ikke hen og henter informationer ét sted – hjemmesiden er ikke længere et domicil. I stigende grad ser vi, indhold flyder rundt mellem ”levende” sider. Services på Internettet er blevet til ”live” deltagelsesplatforme, som lever distribueret gennem netværk. Hvor man tidligere har forsøgt at oversætte organisationens kommunikationsformer til nettet, f.eks. overført nyhedsbrevet til digitale formater eller benyttet brochuren som den primære metafor for websitet, er det nu i højere grad nettet, som trænger ind i organisationen. Det bedste eksempel på dette er naturligvis genembruddet af webblogs, som har haft en enorm vækst gennem de seneste år. Blogs er blevet set

Det nye og udfordrende ved sociale medier er ikke nødvendigvis af teknologisk art, men handler om, hvordan man faciliterer menneskeligt nærvær og netværk på måder, der skaber værdi for den enkelte bruger og for det fællesskab, den enkelte indgår i.



Web 2.0 handler derimod om at udnytte styrkerne ved den oprindelige, distribuerede struktur som Internettet er bygget på.

som en trussel til de etablerede medier, fordi adgang til bloggen (og dermed til at ytre sig) er nem og i mange tilfælde gratis, hvorved blogs kan underløbe det etablerede afsender-modtager forhold. Den traditionelle broadcast model, hvor et centralt medie bliver referencepunkt, er derved udfordret både i ord, billeder og lyd som produceres af almindelige mennesker og som transmitteres uden om de etablerede kanaler.

Rent teknisk er weblogs et simpelt, men vigtigt skridt væk den almindelige hjemmeside. Weblogs udnytter Internettets distribuerede netværk på den måde, at det muliggør, at indhold ikke længere skal hentes et centralt sted, men kan optræde flere forskellige steder samtidig. Dette sker gennem en række særlige formater som RSS og XML, som gør det muligt at skille indhold fra form. Med disse formater kan man altså distribu-

ere billeder, lyd og tekst og samle det på forskellige måder, hvorved web-side og applikationer ikke længere behøver at være en samlet enhed, men flows af forskellige indholdstyper, der kan ændre sig alt efter kontekst. Desuden taler blogs med hinanden, gennem såkaldte trackbacks, hvor en reference eller omtale fra en blog til en anden automatisk etablerer en forbindelse.

I det centraliserede netværk tildeles brugerne en primær rolle som modtagere eller konsumenter. Med det distribuerede netværk bliver brugerens rolle og muligheder en anden. Brugere er i stigende grad med til at skabe og lave værdifulde sammenhænge, og får derved mulighed for at blive deltagere og medskabere. Dette sker i massiv målestok i disse år, hvor Internettet i stigende grad bliver defineret af mediering af sociale aktiviteter som at mødes, dele oplevelser, samtale

og skabe indhold i fællesskab. Det er brugerne, der driver sider som Flickr.com, youtube.com, wikipedia etc. og det er også brugerne, der er varen, når disse brugerdrevne tjenester bliver solgt for milliarder af dollars.

Den sociale infrastruktur har en væsentlig betydning - ikke bare for det indhold eller de samværsformer, som understøttes eller udvikles på nettet. Det sociale, det sam-skabte, er også blevet det helt centrale omdrejningspunkt for den måde Internettet virker på som teknisk infrastruktur. Det bedste eksempel er måske også det ældste. Køber man bøger på Amazon.com, bliver ens køb sammenholdt (via avancerede algoritmer og omfattende databaser) med andres, og tjenesten er i stand til at give forslag til lignende materialer, der kunne være interessante på baggrund af en social mønstergenkendelse.

I det centraliserede netværk tildeles brugerne en primær rolle som modtagere eller konsumenter. Med det distribuerede netværk bliver brugernes rolle og muligheder en anden. Brugere er i stigende grad med til at skabe og lave værdifulde sammenhænge, og får derved mulighed for at blive deltagere og medskabere.

Øget centralisering, mere monopolisering, og fokus på indtjening frem for udvikling, kan vise sig at blive enden på Web 2.0, som vi kender det.



På samme vis kan den populære søgemaskine Google kun fungere, fordi brugeren benytter Internettet, og jo flere der bruger Internettet, jo bedre bliver Google til finde betydningsfulde sammenhænge. Det er en afgørende forskel fra tidligere, at systemerne udvikler sig med den sociale brug af dem. Ligesom Google og Amazon er de tjenester og services, som falder under kategorien Web 2.0 tjenester, der i udpræget grad udnytter og inddrager det sociale.

Sammen med mulighederne for at skabe personaliserede medier og profiler på nettet, forstærker netværket også kollektiv deltagelse, hvor brugere går sammen om at skabe fælles produktioner. Online encyklopædien Wikipedia er det naturlige referencepunkt, hvis man ønsker at se, hvad brugergenereret indhold kan lede til. Dette har ledt kulturkritikeren Andrew Keen til at kalde Web 2.0 for amatørkulturens opståen, men i virkeligheden er det ikke amatøreringen af kulturen, der er interessant. Wikipedia er muliggjort af en kritisk masse: at der er tilpas mange mennesker, der er interesseret og tager ejerskab i hvert enkelt opslag. Som Wikipedia er Web 2.0 i sin natur "beta", dvs. under stadig udvikling - dette betyder, at mindre fejl eller amatørten-denser ikke nødvendigvis skal ses som kritiske men som ting, der over tid bliver rettet til, og finder et leje, der er brugbart for brugerne. Denne konstante "beta" tilstand gælder i virkeligheden også Internettet i den form, vi kender det i dag.

Internettet er faktisk et relativt dårligt system. Det er upræcist, links kan dø, rettigheder er lette

at overtræde etc. Men Internettet er godt nok til at skalere, til at udvide sig - et perfekt system vil ikke kunne have fået den samme eksplosive vækst. Det samme kan man sige om Wikipedia og andre brugerdrevne innovationer, de er ikke perfekte, men gode nok i de fleste tilfælde. Et andet eksempel på dette er de "dårlige" formater, der er helt centrale for Web 2.0 - formater til lyd (mp3) og billeder (mpg), der ud fra professionelle standarder langt fra er perfekte, men som til gengæld er strømlinede og langt bedre at distribuere hurtigt og massivt gennem netværk. Tilgængelighed er vigtigere end form. Skalerbarhed trumfer stabilitet.

Mens medier og organisationer, der er organiseret efter den centraliserede form, normalt stiler efter kvalitet gennem autoritativt selektion, er Internettets distribuerede form bedre til at skabe kvantitet. I stedet for massemedier, får vi en masse medier. Kvantitet er derfor på en måde den nye kvalitet, de nye tjenester og services har indbygget måder, hvorved brugerne lettere kan finde, selekere og fravælge i de vældige mængder af indhold og information. More is...more.

Tager man de kritiske briller på, er Web 2.0 fænomenet måske på vej til at blive en ny "boble". Man har kapitaliseret på brugerne, og brugerne er den økonomi, som de afsindige summer, tjenester som flickr.com, youtube.com eller (snart) last.fm bliver solgt for, er baseret på. At de små biotoper og frodige økologier ikke læn-gere får lov til at vokse og specialisere sig i fred, men i stigende grad bliver opkøbt og dyrket med

gevinst for øje, er ikke nødvendigvis dårligt, men der er visse lighedspunkter med de etablerede massemediers rovdraft på 90'ernes World Wide Web. Øget centralisering, mere monopolisering, og fokus på indtjening frem for udvikling, kan vise sig at blive enden på Web 2.0, som vi kender det. Men ukrudt forgår som bekendt ikke så let, og det er svært for alvor at være pessimistisk med hensyn til Internettets evne til at genopfinde sig selv som et frodigt udgangspunkt for deltagelse, dialog og brugerdrevet nyskabelse. Sociale medier sygner ikke hen og dør, og vi kommer ikke til at vende tilbage til fordums monopolitider. Men tingene sker hurtigt i dagens medie-billede, og begrebet Web 2.0 er måske begrænsende for forståelsen af den sociale virkelighed på nettet og på den måde, nettet har et signifikant medløb i brugernes dagligdag og ikke begrænser sig til at være en platform for adressøsøgning, besøg af virksomhedsdomæner og nethandel. Det er nettets sociale egenskaber, der bestemmer farten og retningen, uanset om vi taler om Web 2.0, 3.0 eller noget helt fjerde. Det karakteristiske er ikke versionsnummeret, men evnen til at facilitere samvær, deltagelse og kreativitet.

Mads Bødker er forskningsadjunkt ved Center for Anvendt ICT, Copenhagen Business School. Her forsker han i kritiske perspektiver på menneske-maskine interaktion, brugerdrevet innovation og brugerinddragelse i udviklingen af digitale tjenester.

Martin Sønderlev Christensen, ph.d. er rådgiver ved Advice Digital.