Information och kommunikation 2

Del 4: Mediesamhället och filterbubblor

Från redaktör till algoritm (Grindvakterna)

Vem bestämmer vad du får veta?

Förr: Traditionella grindvakter (Gatekeepers)

Tidningar, radio, TV.

Redaktioner och ansvariga utgivare sållade bort rykten och faktagranskade.

Styrdes av **pressetiska regler** och samhällsrelevans.

Nu: Den digitala förskjutningen

Grindvaktsrollen har flyttats till algoritmer (Meta, TikTok/ByteDance, Google/YouTube).

Ingen mänsklig redaktör granskar sanningen innan något publiceras.

Från redaktör till algoritm (Grindvakterna)

Vem bestämmer vad du får veta?

Förr: Traditionella grindvakter (Gatekeepers)

Tidningar, radio, TV.

Redaktioner och ansvariga utgivare sållade bort rykten och faktagranskade.

Styrdes av **pressetiska regler** och samhällsrelevans.

Nu: Den digitala förskjutningen

Grindvaktsrollen har flyttats till algoritmer (Meta, TikTok/ByteDance, Google/YouTube).

Ingen mänsklig redaktör granskar sanningen innan något publiceras.

Från redaktör till algoritm (Grindvakterna)

Vem bestämmer vad du får veta?

Förr: Traditionella grindvakter (Gatekeepers)

Tidningar, radio, TV.

Redaktioner och ansvariga utgivare sållade bort rykten och faktagranskade.

Styrdes av **pressetiska regler** och samhällsrelevans.

Nu: Den digitala förskjutningen

Grindvaktsrollen har flyttats till algoritmer (Meta, TikTok/ByteDance, Google/YouTube).

Ingen mänsklig redaktör granskar sanningen innan något publiceras.

Affärsmodellen – Uppmärksamhetsekonomin

- Uppmärksamhetsekonomin (Attention Economy)
    - **Gratis tjänster?** "Om du inte betalar för produkten är det du som är produkten."
    - **Målet:** Maximera skärmtid (Time on Screen).
    - **Mekaniken:** Fler minuter i appen = Fler annonsvisningar = Högre intäkter.
- Algoritmen optimerar inte för bildning eller sanning, utan för att hålla dina fingrar scrollande.

Affärsmodellen – Uppmärksamhetsekonomin

- Uppmärksamhetsekonomin (Attention Economy)
  - **Gratis tjänster?** "Om du inte betalar för produkten är det du som är produkten."
  - **Målet:** Maximera skärmtid (Time on Screen).
  - **Mekaniken:** Fler minuter i appen = Fler annonsvisningar = Högre intäkter.
- Algoritmen optimerar inte för bildning eller sanning, utan för att hålla dina fingrar scrollande.

Affärsmodellen – Uppmärksamhetsekonomin

- Uppmärksamhetsekonomin (Attention Economy)
  - **Gratis tjänster?** "Om du inte betalar för produkten är det du som är produkten."
  - **Målet:** Maximera skärmtid (Time on Screen).
  - **Mekaniken:** Fler minuter i appen = Fler annonsvisningar = Högre intäkter.
- Algoritmen optimerar inte för bildning eller sanning, utan för att hålla dina fingrar scrollande.

Affärsmodellen – Uppmärksamhetsekonomin

- Uppmärksamhetsekonomin (Attention Economy)
  - **Gratis tjänster?** "Om du inte betalar för produkten är det du som är produkten."
  - **Målet:** Maximera skärmtid (Time on Screen).
  - **Mekaniken:** Fler minuter i appen = Fler annonsvisningar = Högre intäkter.
- Algoritmen optimerar inte för bildning eller sanning, utan för att hålla dina fingrar scrollande.

Affärsmodellen – Uppmärksamhetsekonomin

- Uppmärksamhetsekonomin (Attention Economy)
    - **Gratis tjänster?** "Om du inte betalar för produkten är det du som är produkten."
    - **Målet:** Maximera skärmtid (Time on Screen).
    - **Mekaniken:** Fler minuter i appen = Fler annonsvisningar = Högre intäkter.
- Algoritmen optimerar inte för bildning eller sanning, utan för att hålla dina fingrar scrollande.

Algoritmens bränsle – Känslor och engagemang

- Vad får algoritmen att reagera?
- **Engagemang:** Likes, kommentarer, delningar och visningstid (Watch time).
- **Hjärnans biologi:** Innehåll som väcker starka, primitiva känslor triggar snabbast interaktion:
  - Moralisk upprördhet (Moral outrage)
  - Ilska och frustration
  - Rädsla och hotbilder
- **Konsekvens:** Nyanserade, lugna och faktamässiga resonemang drunknar – det extrema belönas med spridning.

Algoritmens bränsle – Känslor och engagemang

- Vad får algoritmen att reagera?
- **Engagemang:** Likes, kommentarer, delningar och visningstid (Watch time).
- **Hjärnans biologi:** Innehåll som väcker starka, primitiva känslor triggar snabbast interaktion:
  - Moralisk upprördhet (Moral outrage)
  - Ilska och frustration
  - Rädsla och hotbilder
- **Konsekvens:** Nyanserade, lugna och faktamässiga resonemang drunknar – det extrema belönas med spridning.

Algoritmens bränsle – Känslor och engagemang

- Vad får algoritmen att reagera?
- **Engagemang:** Likes, kommentarer, delningar och visningstid (Watch time).
- **Hjärnans biologi:** Innehåll som väcker starka, primitiva känslor triggar snabbast interaktion:
  - Moralisk upprördhet (Moral outrage)
  - Ilska och frustration
  - Rädsla och hotbilder
- **Konsekvens:** Nyanserade, lugna och faktamässiga resonemang drunknar – det extrema belönas med spridning.

Algoritmens bränsle – Känslor och engagemang

- Vad får algoritmen att reagera?
- **Engagemang:** Likes, kommentarer, delningar och visningstid (Watch time).
- **Hjärnans biologi:** Innehåll som väcker starka, primitiva känslor triggar snabbast interaktion:
  - Moralisk upprördhet (Moral outrage)
  - Ilska och frustration
  - Rädsla och hotbilder
- **Konsekvens:** Nyanserade, lugna och faktamässiga resonemang drunknar – det extrema belönas med spridning.

Algoritmens bränsle – Känslor och engagemang

- Vad får algoritmen att reagera?
- **Engagemang:** Likes, kommentarer, delningar och visningstid (Watch time).
- **Hjärnans biologi:** Innehåll som väcker starka, primitiva känslor triggar snabbast interaktion:
  - Moralisk upprördhet (Moral outrage)
  - Ilska och frustration
  - Rädsla och hotbilder
- **Konsekvens:** Nyanserade, lugna och faktamässiga resonemang drunknar – det extrema belönas med spridning.

Filterbubblor vs. Ekokammare

- **Filterbubblan (Teknisk sortering):**
  - Algoritmens osynliga skräddarsyende bakom kulisserna.
  - Bygger på din dwell time, sökningar och klick.
  - Du ser inte det som algoritmen aktivt sållar bort.

Filterbubblor vs. Ekokammare

- **Filterbubblan (Teknisk sortering):**
  - Algoritmens osynliga skräddarsyende bakom kulisserna.
  - Bygger på din dwell time, sökningar och klick.
  - Du ser inte det som algoritmen aktivt sållar bort.
- **Ekokammaren (Social förstärkning):**
  - Den miljö där likasinnade bekräftar varandras uppfattningar.
  - Avvikande röster tystas eller röstas ner.
  - Skapar en falsk känsla av att "alla tycker som vi".

Falsk information – Vad är skillnaden?

- **Misinformation (Utan uppsåt):**
  - Felaktig information som sprids i god tro eller av slarv.
  - *Exempel:* Någon delar en gammal artikel som om den vore ny, eller missförstår ironi/satir.

Falsk information – Vad är skillnaden?

- **Misinformation (Utan uppsåt):**
  - Felaktig information som sprids i god tro eller av slarv.
  - *Exempel:* Någon delar en gammal artikel som om den vore ny, eller missförstår ironi/satir.
- **Desinformation (Medveten manipulation):**
  - Falsk eller manipulerad information som sprids systematiskt i syfte att vilseleda, skapa split eller tjäna pengar.
  - *Exempel:* Trollfabriker, fabricerade deepfakes eller förfalskade dokument.

"Algoritmdetektiven"

- **Instruktion:**
  - Ni arbetar enskilt. Öppna valfritt socialt medieflöde (t.ex. TikTok, Instagram Reels eller YouTube Shorts) på sina mobiler.
  - **Datainsamling (c:a 15 min):** Ni ska tyst skrolla igenom exakt 20 videor eller inlägg i ert personliga flöde och föra protokoll över:
    - Vilka känslor väcker inlägget? (Ilska, skratt, nyfikenhet, rädsla, avundsjuka).
    - Vad är inläggets format? (Video, bild, text, sponsrad annons).
    - Varför tror du att algoritmen valde just detta inlägg till dig? (Har du sökt på något liknande? Har du stannat vid liknande klipp tidigare?).
    - Finns det tecken på att inlägget är vinklat eller innehåller desinformation?
  - **Analysfas (15 min):** Ni sammanställer er data och ritar upp sin egen "filterbubbla" på ett papper – vilka ämnen och åsikter dominerar helt, och vilka perspektiv lyser med sin frånvaro?