

DEBATT

KRONIKK: 6000 tegn inkl. mellomrom.**HOVEDINNLEGG:** 3000 tegn inkl. mellomrom. Legg ved portrettfoto.**SIDEINNLEGG:** 2300 tegn inkl. mellomrom.**REPLIKK:** 1600 tegn inkl. mellomrom.Send innlegg til debatt@dagbladet.no**MARTINE
AURDAL**Debatt- / og kronikkansvarlig
mau@dagbladet.no**AMANDA
SCHEI**asc@dagbladet.no**ANDREAS
ØKLAND**aok@dagbladet.no**GRETE
FURU**gfu@dagbladet.no

2 To medlemmer av Hamas-bevegelsens væpnede gren Ezzedine al-Qassam-brigade er drept i et israelsk angrep på Gazastripen. Det israelske forsvaret opplyser at det var en stridsvogn som sto bak angrepet mot et Hamas-mål nord på Gazastripen tirsdag morgen. Ifølge den israelske avisa Haaretz var angrepet rettet mot Hamas' Askeland-base, der det pågikk en seremoni for rekrutter til eliteavdelingen al-Nukhba. De to 23-åringene Abd al-Hafez al-Silawi og Ahmad Murjan ble drept i det som omtales som et droneangrep, mens seks andre ble såret, NTB. Foto: K.Hamra

RADIKALE IDEER

VI ER SLAVER FOR GOOGLE

På Internett er vi arbeidere, ikke bare forbrukere. Vi må organisere oss deretter.

KRONIKK

**AKSEL BRAANEN STERRI**ast@dagbladet.no

I dag jobber mange av oss gratis for Facebook, YouTube og Google. Arbeidet vi legger ned med å legge ut bilder, video, statuser, tagge våre venner, dokumentere våre bevegelser rundt om i verden, like, dele og hva mer, gir disse bedriftene tilgang på en enorm mengde informasjon (data), som de kan bruke til å tilby oss skreddersydde løsninger, og som grunnet verdien av disse tjenestene, vil gi disse selskapene en betydelig markedsrett.

I BOKA RADICAL Markets kaller Richard Posner og Glen Weyl denne ordningen for teknoføydalisme. I likhet med den før-kapitalistiske perioden hvor husmenn måtte produsere for storbonden, og bare fikk beholde en liten andel av egen produksjon, stikker disse selskapene av med all den økonomiske verdien av dataene vi produserer; i bytte får vi underholdning.

Vi må lære av tidligere tider, mener Posner og Weyl. Vi må anerkjenne at vi ikke bare er forbrukere av Facebook og Google. Vi jobber der. Og det er på tide at vi dataarbeidere kaster våre lenker og blir med i den dataarbeiderbevegelse.

Disse selskapene later ofte som om det er de smarte datasystemene, eller algoritmene, som skaper all verdien, og at dataene de bruker for å gjøre disse automatiserte systemene bedre, bare ligger der, klar til bruk. Derfor har de rettmessig krav på verdiene som skapes.

SANNHETEN ER AT DEN digitale økonomien er svært arbeidsintensiv. Likevel snakkes det sjelden om eller anerkjennes. Når vi legger ut bilder på Facebook er det nyttig

informasjon når de utvikler mer presise algoritmer.

Et eksempel på viktigheten av menneskers arbeid er da Google måtte hyre inn 10.000 mennesker til å gi dem tilbakemeldingen på kvaliteten til søkesystemet deres, etter at det ble kjent at reklame fra britiske myndigheter ble knyttet til YouTube-filmer med rasistisk, sexistisk og homofobisk innhold.

DET DISSE SELSKAPENE TJENER penger på er i stor grad persontilpasset reklame. Det er dette du ser resultatet av når du søker etter en gressklipper og deretter blir bombardert med reklamer fra ulike selskaper som vil tilby deg ulike gressklippere. Du er i slike tilfeller en svært attraktiv kunde, siden du allerede har flagget din interesse for produktet.

Ingen av oss har i dag muligheten til å kreve betalt fra Google eller Facebook for arbeidet vi gjør. Alene er hver og en av oss uten betydning. Sammen betyr vi imidlertid alt. Kan vi samle oss om kravene er selskapene nødt til å levere.

Dette lyder selvfølgelig kjent for de fleste. Først når arbeidere står sammen kan de utligne det skjeve maktforholdet til deres arbeidsgiver. Dette er fagbevegelsens raison d'être.

BEHOVET FOR Å SAMLE SEG blir bare viktigere siden Facebook og Google har så stor markedsrett. Det er ingen andre selskaper som sitter på i nærheten av den samme informasjonsmengden de sitter på. Disse selskapene kan dermed bruke kunnskapen de har om oss til å tilby oss stadig mer skreddersydde tjenester, som igjen kan gi dem mer nyttig informasjon, noe som gjør det vanskelig for andre selskaper å konkurrere med dem. Den som har mye vil få mer.

Selskapene nyter også godt av såkalte nettverkseffekter; vi har lyst til å bruke de plattformene hvor alle de andre vi kjenner er. For det tredje bruker selskapene triks fra spill- og gamblingindustrien for å få oss hekta på tjenestene deres.

FAGBEVEGELSEN TRENGER imidlertid ikke være en klamp om foten for disse selskape-



RADIKALE IDEER

Dette er fjerde artikkelen av fem der Aksel Braanen Sterri vil presentere ideene fra boka «Radical Markets»

«ALENE ER HVER OG EN AV OSS UTEN BETYDNING. SAMMEN BETYR VI IMIDLERTID ALT. KAN VI SAMLE OSS OM KRAVENE ER SELSKAPENE NØDT TIL Å LEVERE.»

ne. I Norge har fagbevegelsens rolle i å øke produktiviteten i økonomien vært anerkjent lenge. Dette finner også støtte blant anerkjente økonomer som David Autor, Daron Acemoglu og Suresh Naidu, som mener fagbevegelsen og rettigheter ment å styrke arbeidernes situasjon, historisk var nødvendig for å fremme økonomisk vekst. Det er ikke merkelig.

Problemet med føydalisme er selvfølgelig at arbeiderne blir fratatt merverdien av sitt arbeid, men også at arbeidet som produseres blir av dårligere kvalitet. Problemet for selskapene er at når de ikke betaler oss for arbeidet vi gjør, så får de ikke nødvendigvis informasjonen de trenger. Dette skjer når du allerede har kjøpt gressklipper, men fortsetter å få reklame for ulike gressklippere i månedsvis etterpå.

I dette tilfellet vil både Facebook og deres annonsører gjerne vite om du allerede har kjøpt gressklipperen. Men siden de