

RASMUS FLEISCHER

.....

Robotarnas kapprustning

Om spam i en nät- och bokhistorisk kontext

1.

Lika lite som nätet kan tänkas bort från bok- och tidningsväsendet, kan spam tänkas bort från nätet. Vad detta betyder är att spam – liksom de olika teknikerna för att bekämpa spam – är på väg att bli en del av existensvillkoren för litteratur och journalistik i allmänhet.

”Spam” är en samlingsterm för olika typer av oönskad information som sprids urskillningslöst i digitala kanaler. Motivet är nästan alltid kommersiellt, men det kan också vara politiskt. Ofta är det ljusskygga aktörer som ligger bakom, men gränsen mellan spam och ”normal” reklam är knappast knivskarp – särskilt inte i ett medium som e-post, där det är svårt att undvika flodvågorna av nyhetsbrev. Andra varianter är av mer experimentell natur. Enorma kvantiteter spam kan spridas endast i syfte att testa hur ett nätverk responderar och finjustera algoritmerna för att sedan sprida ytterligare spam. Renodlad spam sänds ut med hjälp av så kallade spamrobotar och ”robot” syftar i detta sammanhang helt enkelt på särskilda datorprogram.

När vi först lärde känna spam var det just i form av e-post. Vi lärde oss ordet ”skräppost” och vände oss vid att sådan måste filtreras bort, även till priset av viss *collateral damage*. Vi lärde oss skratta åt löften om pengar från Nigeria och förlängda könsorgan och åt hur spammare försökte kringgå spamfilter genom omskrivningar av typen ”vi4gra”. Vi lärde oss rentav en ny typ av vit lögn: den som inte har mejlat något i tid kan skylla på att det måste ha fastnat i spamfiltret. De som trodde att skräpposten skulle avta har fått fel. Bland all e-post som sänds i världen är åtminstone hälften spam, enligt de försiktigaste beräkningarna.



I takt med att nätet berikades med nya protokoll och vi lade till oss med nya nätvanor, lärde vi känna nya typer av spam. Alla som haft en blogg med kommentarsfunktion är van vid att få automatiskt postade kommentarer vars enda syfte är att länka till andra webbsidor. Ett kommentarsfält kan inte klara sig utan spamfilter, men i varje spamfilter fastnar även legitima kommentarer.

Överallt på nätet där det finns en öppning för envar att publicera sig, kommer det förr eller senare dyka upp robotar som skräpar ned med drivor av tvivelaktiga länkar. Sajter som bygger på radikal öppenhet – till exempel Wikipedia – kan inte överleva utan att ständigt förfina sina rutiner för såväl manuell som automatisk bevakning.¹

Precis som hotet från upprorsmakare har bidragit till att forma den moderna stadsplaneringen, går det inte att skilja nätets framväxande arkitektur från kampen mot spam. Som redan konstaterats: alla medieformer som på något vis är stadda i digitalisering, kommer i någon mån att dras in i robotarnas kapprustning.

Den här artikeln kretsar kring fenomenet ”robotförlag” som en ny typ av spam på bokmarknaden. Först skall dock göras en utflykt till fildelningsens värld, för att inhämta exempel på den underliga dialektik som ådagaläggs i styrkemätningen mellan spam och filter.

2.

Till näthistoriens storspammare hör världens största skiv- och filmbolag. När dessa omkring år 2000 kände av hotet från framväxande fildelningsnätverk, svarade de inte enbart med rättsliga medel. Ett par år in i det nya seklet initierade de ett försök att spamma sönder fildelningsnätverken. Företag som Overpeer och Mediadefender anlitas för att pumpa ut felmärkta filer.²

Huruvida antipiraterna lyckades i sitt uppsåt går att diskutera. Spammandet fungerade i första hand som ett vapen mot de decentraliserade fildelningsnätverk som uppstått som en ”andra generation” efter att Napster hade stängts.

Gradvis började program som Kazaa och Limewire att förknippas med skräpfiler. Men detta bidrog till att fildelare från 2003 i stor skala övergick till den ”tredje generationens” nätverk, baserade på det nya bit-torrent-protokollet. Detta gjorde det svårare för skiv- och filmbolagen att jaga enskilda fildelare. Samtidigt blev fildelningen beroende av centrala index, exempelvis The Pirate Bay. Sådana index gjorde det möjligt att peka ut och plocka bort felmärkta filer, vilket stärkte nätverkens motståndskraft mot spam. De erbjöd även en ny måltavla för upphovsrättsindustrins försök att kväva fildelningskulturen.

Snarare än att attackera enstaka fildelare i hopp om att skrämman massan, attackerades nu det centrala index som fildelningen i allt högre grad förlitade sig på: just The Pirate Bay. Trots ett antal fällande domar i svenska domstolar har piratskeppet hållit sig flytande, men till ett allt högre pris. Driften har tagits över av människor som av säkerhetsskäl håller sig anonyma. Om risken i att leverera bandbredd till The Pirate Bay numera är jämförbar med risken i att låna ut pengar till Grekland, är det inte svårt att räkna ut att torrentrelaterade sajter blir dyrare i drift. Följden av detta är genast synlig för besökaren på dessa sajter, eftersom annonsörerna i hög grad har bytts ut mot sådana vars budskap ger ett anskrämligt intryck.

The Pirate Bay har blivit en reklamkanal för ljusskygga entreprenörer

som med löften om penisförlängning och samlag försöker lura folk att installera skadlig mjukvara i sina datorer. Detsamma kan sägas om sajter av typen MediaFire, RapidShare och PutLocker där envar kan ladda upp musik- och filmfiler så att de blir tillgängliga i det så kallade ”molnet”. Delar av fildelningen har flyttat vidare dit i en fortsatt rörelse mot centralisering. Enskilda fildelare kommer där undan risken för upptäckt – till priset av att tvingas navigera i en infernalisk djungel av skräpreklam och falska löften. Ofta går detta att komma undan genom att betala pengar till sajten. Risktagande entreprenörer kan i vissa fall tjäna stora pengar på delandet av filer.³

Skiv- och filmbolagen lyckades alltså, om än på omvägar, med att använda spam som ett vapen för att skadskjuta fildelningsnätverken. Parallellt med att The Pirate Bay började förlora sin tidigare vitalitet, expanderade den skivbolagskontrollerade musiktjänsten Spotify. Även där blev spam i någon mening till en integrerad del av affärsmodellen. Spotify erbjöd gratis musiklyssning till de användare som accepterade ständiga avbrott för reklam. Reklamens primära syfte var här inte att marknadsföra produkter utan att göra gratisversionen så svåruthärdlig att användarna skulle välja att betala för en reklamfri version.⁴

Återblicken på nollnolltalets strider om fildelning ger bara några exempel på vad som kan kallas ”skräpets dialektik”, i vilken spam blir en förmedlande instans i motsättningen mellan överflöd och brist. Tendensen är att varje nytt medium gradvis fylls med allt mer skräp, vilket skyndar på mediets åldrande och driver människor att söka sig till nya medier, där bruset bekämpas av mer kraftfulla filter. Skräpdialektiken spelar in i varje pendelrörelse från öppenhet till slutenhet eller från decentralisering till centralisering. Ingenting tyder på att den ömsesidiga upp-trappningen mellan spam och filter kommer att avstanna.⁵ Tvärtom dyker nu spam upp i former som få hade kunnat vänta sig.

3.

En robotbok är en bok som utgivits av ett robotförlag. Ingen enskild människa har varit involverad i beslutet om att utge den enskilda titeln. Robotförlagen har nämligen automatiserat hela processen med hjälp av mjukvara. Karakteristiskt för dem är att de ger ut ett mycket stort antal titlar, varav de allra flesta troligen aldrig säljer ett enda exemplar. Affärs-idén bygger alltså på att det är i stort sett gratis för producenten att lägga

ut en boktitel till försäljning.⁶ När väl mjukvaran är uppe och försäljningskanalerna etablerade, kostar det inte mer att ge ut tusen böcker än att ge ut tio. Principen om ”den långa svansen”⁷ tas till sin yttersta konsekvens av robotförlagen.

Robotböckerna kan saluföras som e-bok eller pappersbok, i det senare fallet via print-on-demand. Vad gäller innehållet går det hittills att skilja mellan två typer av robotböcker.

- 1) Icke-unika titlar. Här rör det sig om återutgåvor av trycksaker som redan finns fritt tillgängliga i digital form, ofta efter att ha scannats av Google. När upphovsrätten har löpt ut är det fullt lagligt för robotförlagen att sälja dessa verk som pappersböcker i billigt utförande. På detta vis utges både skön- och facklitteratur, liksom offentligt tryck, utan åtskillnad mellan klassiker och verkligt obskyrt material. Samma titel saluförs inte sällan av en lång rad olika robotförlag. Konkurrensen leder till att dessa automatiska återutgåvor ofta säljs till ett lågt pris.
- 2) Unika titlar. Här har böckernas innehåll sammanställts av mjukvara med utgångspunkt i fritt tillgänglig information. Dessa böcker är av facklitterär karaktär och avhandlar ofta något mycket smalt ämne – åtminstone är detta vad titeln ger sken av. Därför kan de även förses med höga priser. Målgruppen är sådana som letar information om ett specifikt ämne och som blir positivt överraskade när det tycks som att någon har skrivit en hel bok om saken.

Fackböcker kan robotgenereras på olika vis. Vissa genereras på grundval av statistik: finns det bara tillräckligt många siffror om något, går det att skapa ett program som automatiskt drar slutsatser och presenterar detta i form av en löpande text, kanske illustrerad med diagram. En fransk ekonom vid namn Philip M. Parker står som författare till hundratusentals rapporter som diskuterar den framtida världsmarknaden för olika produkter, från råolja till portionsförpackad mjukost. Var och en av dessa rapporter är 190 sidor tjock, har ett unikt ISBN och en prislapp på flera tusen kronor. Flertalet säljs aldrig, men några få uppges sälja i flera hundra exemplar, vilket borde resultera i en god vinst för både robotförlaget och nätbokhandeln – om än till priset av ett överbelamrat index hos den senare.⁸

Liknande robotar är även under framryckning inom journalistiken. Vissa notiser på sport- och ekonomisidorna är föga mer än siffror som

klätts i en språklig dräkt. Just detta iklädande erbjuds numera även av mjukvaruföretag som Narrative Science, vars robotgenererade notiser nu köps in för publicering av ansedda tidningar i USA. Exempelvis är det numera robotar som får analysera företags kvartalsrapporter i *Forbes* – vilket blir extra kittlande om man betänker att affärspressen i sin tur blir automatiskt avläst av robotar som köper och säljer aktier i samma företag. Under 2012 års presidentvalkampanj i USA genererade Narrative Science även nyhetsartiklar om hur snacket hade gått på Twitter om de respektive kandidaterna, med såväl citat som analys av trender. Artiklarna publicerades i ett stort antal lokala nyhetstidningar.⁹

Tidningarna har fortfarande mänskliga redaktörer som väljer ut vilka artiklar som skall publiceras. Därför kan man inte säga att robotjournalistiken följer en renodlad spamlogik – åtminstone inte ännu. Men även redaktörsfunktionen går att automatisera med robotar. Detta är just vad som sker när Google personaliserar sökresultat med utgångspunkt i den information man tidigare samlat in om en användare. Även tidningar kommer sannolikt att pröva på sådan personalisering i större skala, vilket betyder att två läsare kan få olika vinklar på samma nyhet.

För att återgå till den robotgenererade facklitteraturen på dagens bokmarknad, finns även en mindre sofistikerad typ som har rönt något mer uppmärksamhet. ”Wikipedia-böckerna” är helt enkelt sammanställningar av artiklar från Wikipedia som en robot har lagt ut till försäljning på nätbokhandlarna – och detta i enorm skala.

4.

Rasmus Fleischer är titeln på en robotbok, som säljs till priset av 415 kronor på Sveriges största nätbokhandel. Som författare uppges trion Lambert M. Surhone, Mariam T. Tennoe och Susan F. Henssonow – precis som i fallet med ytterligare något hundratusental böcker som utgivits av förlaget Betascript. Likt alla Betascript-böcker har även denna ett mauritiskt ISBN (978-6134486330). Omslaget pryds av en intetsäggande illustration: fem pusselbitar i olika färger. Där finns även en liten blänkare, möjlig att läsa som en varning: ”High Quality Content by Wikipedia Articles!”

Sannolikt har den här boken aldrig materialiserats, än mindre blivit läst. Skaran av potentiella köpare ter sig extremt snäv. *Rasmus Fleischer* förblir en rent virtuell bok tills någon väljer att betala för den – vilket

inte ens jag har gjort. Att räkna ut dess innehåll är ändå inte svårt för den som studerat någon annan produkt från Betascript.

Robotboken som kallas *Rasmus Fleischer* är alldeles uppenbart baserad på den likadant titulerade artikel som finns på engelskspråkiga Wikipedia. Även om denna artikel på sin höjd kan fylla två-tre boksidor, rymmer den ett antal länkar som robotförlagets mjukvara kan använda för att hitta utfyllnadsmaterial. Exempelvis finns en länk till Wikipedias artikel om staden Wien, vilken är betydligt längre då den avhandlar allt från tårtor till tunnelbanenät. Sannolikt har även hela denna artikel inkluderats i robotboken *Rasmus Fleischer*.



På låtsas och på riktigt: boken Rasmus Fleischer, numera materialiserad och inkorporerad i det svenska nationalbibliotekets samlingar.

Helt säker på innehållet kan man aldrig vara när en okänd titel dyker upp i en nätbokhandel. Separationen mellan metadata och innehåll är ett strukturellt kännetecken för handeln med böcker på internet. Till skillnad från en fysisk bokhandel går det inte att granska innehållet i en bok innan man köper den via nätet, eller för den skull via en postorderkatalog. Tryckta kataloger sätter en materiell gräns för spamlogiken, men en digital katalog kan i princip rymma ett obegränsat antal titlar. Just detta faktum utnyttjar robotförlagen. Med en växande marknad för så kallade e-böcker följer sannolikt nya former av kommersiell spekulation i gränslandet mellan litteratur och spam.

I sociala medier har det nu blivit vanligt med en ny typ av spam som spelar på vår rädsla för att bli socialt stigmatiserade: ”Har du sett vilka hemska saker dina vänner skriver om dig? Klicka här för att se!”

Kanske är det bara en tidsfråga innan samma typ av spam dyker upp på bokmarknaden. Vi kan tänka oss robotböcker vars metadata antyder att de innehåller kränkande skvaller om en viss namngiven person, genererat av robotförlag som därmed hoppas att just den utpekade personen skall känna sig nödgad att betala för boken. Något kränkande innehåll behövs inte. Den saken är sekundär i robotsammanhang och kan alltid lösas med hjälp av Wikipedia.

Utvecklingen av mjukvara för semantisk analys kommer troligen att leda till att framtida robotböcker blir mer sofistikerade (för att inte säga ”bättre”). Robotgenererade biografier över allehanda halvkändisar kommer att genereras med utgångspunkt i den data som går att skrapa ihop på nätet. Om en tidigare okänd person blir omtalad i pressen på morgonen, kommer det redan på eftermiddagen gå att köpa en biografi över personen i valfri nätbokhandel.

5.

Fenomenet med robotgenererade Wikipedia-böcker blev märkbart under 2010. Banbrytande i sammanhanget var det tyska förlagshuset VDM, Verlag Dr. Müller, grundat av en viss Wolfgang Philipp Müller. Tidigare hade VDM bland annat sysslat med att utge akademiska examensarbeten via print-on-demand.

Efter hand flyttade VDM en del av sin verksamhet *offshore*, till Mauritius – kanske för att den lilla ö-nationen är en generös leverantör av ISBN. Kostnaden för ett ISBN måste nämligen vara nära noll för att ro-

botförlagens affärsidé skall gå runt. Med bas på Mauritius etablerade VDM tre nya *imprints* (underförlag): Alphascript, Betascript och Fastbook. Alla var inriktade på att spamma nätbokhandlarnas index i förhoppning om att sälja dyra bokutskrifter av Wikipedia.

Precis samma affärsidé hade ett annat robotförlag som dök upp vid samma tid, det USA-baserade Books LLC som även opererar på andra språk under förlagsnamn som Bücher Gruppe och Livres Groupe. Snart dök det upp ytterligare en handfull robotförlag som sålde samma typ av Wikipedia-böcker. Den materiella produktionen sker ofta i samarbete med de stora aktörerna inom självpubliceringsindustrin, exempelvis Lightning Source och Amazon.

Amazon gjorde tidigt klart att de inte såg robotförlagen som något problem, då de av princip inte ville lägga sig i vilka produkter som såldes via deras egna butiker. Responser från Sveriges största nätbokhandlar, Adlibris och Bokus, var mer ambivalent. Ena dagen hänvisade de till att många kunder uppskattade möjligheten att köpa utskrifter av Wikipedia. Nästa dag erkände de att robotförlagen var ett problem, men skyllde på att de saknade kontroll över sitt eget utbud. I skrivande stund har de svenska nätbokhandlarna ännu inte etablerat några tydliga rutiner för att hantera saken.

Vissa robotböcker har försvunnit från svenska nätbokhandlar men de flesta är kvar, även om några har fått inskränkt sökbarhet. Adlibris valde att införa en varningstext på produkter från några kända robotförlag. Enligt företagets egen uppgift ledde detta till att antalet sålda exemplar minskade från hundratals robotböcker per dag till kanske en om dagen.¹⁰ Men ingen kan veta säkert. Bokmarknaden är oöverskådlig och för att avgöra om en bok är en robotbok måste man granska dess innehåll, vilket i många fall inte ens nätbokhandlarna kan göra – och inte ens då kan man vara säker. En robotiserad återutgåva av de slag som nämndes ovan kan vara omöjlig att skilja från ett faksimil som återutgivits av ett ”riktigt” förlag. Vad som utmärker en robotbok handlar ytterst inte om innehållens kvalitet, utan om det faktum att den pumpats ut på bokmarknaden jämte ett ofattbart antal andra böcker, helt utan redaktionell urskillning. Visst kan detta beskrivas som en logisk konsekvens när så sker av ”web 2.0”: den radikala lättheten att publicera sig i bloggform har nu även nått bokformen. Men medan bloggarna bredde ut sig på den öppna webben, tar böckerna fortfarande plats på en särskild bokmarknad. Av hävd är bokmarknaden en plats som i någon utsträckning går att överblicka, åtminstone för experter: litteraturkritiker, bibliotekarier och de akademis-


ka föreläsarna för humaniora. Frågan är bara hur länge det alls går att urskilja en bokmarknad om trösklarna dit är så låga att en majoritet av titlarna är genererade av robotar. Detta innebär knappast slutet för litteraturkritik, bibliotek eller humaniora. Däremot kan det tvinga fram delvis nya normer för vad som utgör den ”riktiga” bokmarknad som förtjänar att överblickas. Under 2010 köptes robotböcker in av ett stort antal svenska forskningsbibliotek, men 2011 tycks detta tillflöde ha stoppats. Under 2012 valde även BTJ, som förmedlar inköp till bibliotek, infört ett filter som tar bort böcker från nio kända robotförlag bland sökresultaten. Men att identifiera robotförlag efter namn är en tillfällig lösning.

Under 2011 dök det upp ett stort antal nya *imprints*, alla med bas på Mauritius och sannolikt tillhörande VDM-koncernen. Nu började robotböcker med text från Wikipedia att pumpas ut under förlagsnamn som Acu, Anim, Aud, Bellum, Brev, Cede, Ceed, Cel, Chromo, Chrono, Civ, Claud, Commun, Cred, Crypt, Culp, Dicho, Dic, Dict, Dign, Duc, Duct, Equ, Fec, Fer, Fidel, Fiu, Frac, Ject, Junct, Lect, Loc, Log, Miss, Onym, Ord, Part, Patho, Phon, Plac, Plais, Plic, Pior, Polic, Pon, Popul, Psycho, Rupt, Salu, Salv, Secut, Sent, Serv, Sess, Solv, Soph, Spell, Spir, Sta, String, Stru, Tempor, The, Tort, Tract, Turbs, Typ, Util, Vad, Vent, Ver, Vert, Volut och Volv.¹¹ Från det sistnämnda förlaget finns i skrivande stund 1 292 böcker i utbudet på Adlibris. Samtliga bär författarnamnet Sören Jehoiakim Ethan och har en titel som överensstämmer med en artikel på Wikipedia.




Mauritius' nationalbibliotek. Finns boken Rasmus Fleischer här?


Mångfaldigandet av antalet *imprints* gör robotförlagen svårare att hantera för nätbokhandlar, distributörer och bibliotek. Att filtrera bort alla förlagsnamn ter sig inte längre som en möjlighet. Det skulle utan tvivel drabba ”oskyldiga” förlag som råkar ha samma namn. Ett sätt att bli kvitt VDM-koncernens spam är förstås att filtrera bort alla böcker vars ISBN börjar med 978613. Men då försvinner även andra böcker som utgivits på Mauritius.



NATIONAL LIBRARY
(Republic of Mauritius)



AN OVERVIEW OF THE



NATIONAL LIBRARY

THE SANCTUARY OF KNOWLEDGE

NATIONAL LIBRARY

Form No.: WIFORM/LIB/29	Revision No.: 00	Page No.: 1 of 3	Effective Date: 11 Oct. 2004
----------------------------	---------------------	---------------------	---------------------------------

ISSN APPLICATION FORM

FORM TO BE FILLED IN WHERE APPLICABLE

N.B. : This ISSN application form duly filled in should be deposited at the ISSN Office, National Library. However, before filling in the form, please read carefully the supplied pamphlet.

1. NAME OF EDITOR OR EDITING AGENCY OR PUBLISHER: _____

2. ADDRESS : _____

TEL : _____

FAX : _____

EMAIL : _____

CONTACT ADDRESS (IF DIFFERENT FROM ABOVE) : _____

3. TITLE PROPER OF PUBLICATION (EXACTLY AS IT APPEARS ON THE TITLE PAGE. IF THERE IS NO TITLE PAGE TAKE THE TITLE FROM THE TITLE SCREEN, COVER OR MASTHEAD) : _____

4. IF THIS PUBLICATION IS YET TO BE PUBLISHED PLEASE INSERT THE PROPOSED DATE AND NUMBERING OF PUBLICATION : _____

*YEAR : _____

*MONTH : _____

*NUMBERING (EG. VOL. 1, NO. 1) : _____

Problematiken som är under uppsegling kan beskrivas i termer av barnet och badvattnet, eller lite mer dramatiskt som en robotarnas kapprustning. För att bekämpa spam blir det ofta nödvändigt att förlita sig på automatiska spamfilter. När robotar kämpar mot robotar uppstår ibland underliga effekter. Risken finns rentav att kombinationen av spam och spamfilter kan utnyttjas av aktörer som vill realisera en typ av censur. Ett litet bokförlag kan medvetet ”dränkas” i spam från robotförlag som startats enkom i detta syfte, för att sedan se sina böcker fastna i spamfilter.

När bruset tilltar och filtreringen hårdnar tenderar detta att gynna de största bokförlagen. Även om småförlag och egenutgivning blir kvar i nätbokhandlarna, kommer de att få det allt svårare att hävda sig i rankingen av sökresultat.

6.

Även svenskspråkig litteratur berörs av den robotiserade återutgivningen av äldre trycksaker. Däremot finns ännu inga exempel på robotförlag som genererar nya boktitlar på svenska. Kanske är det bara en tidsfråga. Hösten 2012 nådde verksamheten vårt västra grannland, i det att Books LLC började pumpa ut böcker baserade på norska Wikipedia.

Möjligtvis finns ett juridiskt hinder för utgivning av robotböcker i Sverige. Detta hinder skulle utgöras av lagen om pliktexemplar. Som bekant tillkom pliktlagen en gång som en censurlag, men ändrade sedan karaktär till att handla om kulturarvets bevarande. Nu i robotarnas tidevarv är det tänkbart att pliktlagen åter kan fylla den oavsiktliga funktionen att kontrollera utgivningen av böcker.

Normalt inkrävs sju pliktexemplar av varje nyutkommen svensk bok. När upplagan är mycket liten har Kungl. biblioteket valt att ge dispens och endast kräva två pliktexemplar. Men det stora flertalet av alla robotböcker materialiseras i noll exemplar. Vissa säljs i ett enda exemplar, vilket ger vinst så länge det bara är en bok som behöver framställas. Robotförlagens sätt att tillämpa den långa svansens affärslogik utesluter möjligheten att leverera materiella pliktexemplar.

Frågan om pliktexemplar blir inte mindre komplicerad om robotförlagen sysslar med elektronisk publicering. Plötsligt kan det dyka upp nya förlag som ger ut tiotusentals böcker på en dag. Hur skall detta hanteras av Kungl. biblioteket? Finns det rentav en risk för att spammare – med politiskt eller religiöst motiv – attackerar valda delar av kulturarvet genom att dränka det i brus?

När det kommer till spam är inga spekulationer alltför långsökta. Leveransplikt för elektroniska dokument kommer inte enbart bli ett sätt att inhämta kopior av sådana dokument som ändå skulle ha publicerats. Reformen kan rentav leda till nya typer av spam som publiceras enbart i syfte att pliktlevereras. Katalogerna kommer att sättas på hårda prov som kräver ständigt uppdaterade filter. Robotarnas kapprustning flyttar in i nationalbibliotekets hjärta.

I dagsläget tycks det bara finnas ett säkert sätt att stävja robotförlagens spammande: att skärpa villkoren för att erhålla ISBN. Att så skulle ske är föga sannolikt, med tanke på mångfalden av aktörer som ansvarar för ISBN-systemet i olika länder. Därtill kommer det faktum att systemet i sin helhet är hårt prövat av bokmediets omvälvningar. ”För tillfället råder fullständig brist på konsensus om vad som utgör en unik produkt”, konstaterade den internationella ISBN-byrån häromåret.

Ett ISBN fungerar som en inträdesbiljett till bokmarknaden. Genom att placera sig i rätt jurisdiktion kan robotförlagen erhålla dessa sifferkombinationer i mycket stor mängd och till ett pris som ligger nära noll. Att höja priset på en inträdesbiljett vore att kapa en del av den långa svansen. Kanske skulle det räcka med tio kronor i avgift för att publicera en boktitel för att många robotförlag skulle motas i grind. Är det då dags att ta betalt för utsläppsrätter på bokmarknaden? Avgörandet torde ligga hos de internationella giganterna med Amazon i spetsen. Hur de ställer sig till idén är i dagsläget inte alls klart.

Tio kronor torde vara ett överkomligt belopp även för privatpersoner som ger ut böcker på egen hand. Men på den framväxande marknaden för e-böcker är gränsen mellan en bok och en bloggpost inte längre glasklar. Det vore hutlöst att kräva tio kronor av någon som vill posta ett inlägg på en blogg. Numera är det möjligt att använda nätbokhandeln som ett slags bloggplattform. Även privatpersoner kan ”posta” sina tankar och åsikter i form av en kort e-bok varje vecka, varje dag eller ännu oftare. Så hur flitig egenutgivning klarar bokmarknaden av innan bokköparna börjar efterfråga hårdare filter?

Till skillnad från vanliga bloggplattformar erbjuder nätbokhandeln en möjlighet att ta betalt. En bloggare som övergår till daglig egenutgivning av e-böcker kan alltså i teorin belönas med en ny inkomst, förutsatt att hon eller han lyckas bryta igenom bruset. Robotförlagen har redan visat vad som gäller i den yttre änden av nätbokhandelns långa svans: satsa på metadata, inte på innehåll! För privatpersoner som vill sälja egna e-böcker ges alltså incitament att sätta titlar som är spekulativa, kittlande och utlovar något som inte behöver uppfyllas. Lägg ut en billig e-bok vars titel ger sken av att den kritiserar en namngiven person – chansen är då stor att åtminstone en person väljer att köpa den, även om innehållet kan vara kopierat från Wikipedia.

Nya typer av spekulativ självpublicering växer fram, vars motiv kan

vara kommersiella men lika gärna politiska, vissa gånger gränsande mot narcissism eller rättshaveri. Vissa människor får en kick av att se sig själva publicerade i bokform och bland dessa kommer några inte att nöja sig ens med tusentals titlar. Sådana beteenden utgör ytterligare en faktor i tendensen till överflöd på den framväxande marknaden för e-böcker.

Det gäller alltså att inte stirra sig blind på just robotförlagen. De kan snarast betraktas som en tidig indikator på den långa svansens monstruösa vändning.

Alla älskar den långa svansen. Oavsett hur obskyra intressen vi har, kan vi hitta just det vi vill ha – förutsatt att vi klarar av att formulera våra preferenser i form av sökbar text. Just sökbarheten är den långa svansens akilleshäla. Så länge det står alla fritt att publicera information i obegränsad mängd, kommer några att publicera spam. ”Några” bör förstås i termer av cyborger, assemblage av människa och maskin, omöjliga att entydigt begripa som subjekt eller objekt. Graden av automatisering kan variera. Här ryms inte bara det som kallas robotförlag, utan också de privatpersoner som till varje pris vill bryta igenom bruset när de publicerar egna e-böcker. En människa som går upp i en sökmotoroptimerande logik låter sitt handlande styras av statistisk återkoppling och skiljer sig därvidlag föga från en robot.¹²

Lägg till detta möjligheten att lägga in reklam i e-böcker, inklusive sådana e-böcker som genererats eller återutgivits av robotförlag, men även i mer ordinär litteratur. Tendensen på internet är att allt mer av reklamen blir ”personaliserad” – budskapet anpassas till den enskilda mottagaren, utifrån den kartläggning som tidigare gjorts av dennes beteende på nätet.

Personaliserad reklam är en grundsten för både Google och Facebook. Utan tvivel finns det aktörer som vill pröva samma sak i e-böcker. Det skulle innebära att varje såld bok blir en unik produkt snarare än en del av en upplaga. Under överskådlig tid verkar det emellertid som att boken, även e-boken, förblir en produkt som säljs i simulerade upplagor, alltså i serier av identiska exemplar. Bokmediets status upprätthålls av ett antal institutionella trösklar som är inbyggda i bokmarknaden, exempelvis ISBN-systemet. Men det gäller att förstå hur bräckliga dessa trösklar är – och att varje tröskel är en potentiell utmaning för en robot.

Redan i dagsläget förefaller hälften av alla nya titlar på den internationella bokmarknaden komma från kända robotförlag.¹³ Min prognos är att spamkvoten på bokmarknaden kommer att stabilisera sig på en nivå motsvarande e-posten, alltså någonstans mellan 50 och 95 procent.

Olika former av spekulativ självpublicering kommer sannolikt att träda fram och bilda ett ständigt bakgrundsbrus i de sökmotorer som används för att hitta böcker. Mycket av detta spam och brus kommer att bli möjligt att filtrera bort, om än till priset av ”kollateral censur” – alltså att legitim litteratur hamnar utanför de allmänt använda sökmotorerna för böcker. Frågan om tryckfrihet kommer i allt högre grad att bli avhängig möjligheten till kritisk granskning av olika slags spamfilter.

NOTER

1. Alexander R. Galloway & Eugene Thacker, *The exploit: a theory of networks* (Minneapolis 2007) s. 145–147; Lawrence Lessig, *Code, version 2.0* (New York 2006) s. 74–79, 245–268; Geert Lovink, *Zero comments: blogging and critical Internet culture* (New York 2008) s. 28, 119, 235 f. Se även Jussi Parikka & Tony Sampson (red.), *The spam book: on viruses, porn, and other anomalies from the dark side of digital culture* (Creskill 2008).
2. Janko Röttgers, *Mix, burn & R.I.P.: das Ende der Musikindustrie* (Hannover 2003) s. 73 f.; Ramon Lobato & Julian Thomas, ”The business of anti-piracy: new zones of enterprise in the copyright wars”, *International journal of communication*, 6 (2012), s. 606–625.
3. Jfr Rasmus Fleischer, ”The Pirate Bay: tecken på förruttnelse”, blogginlägg på Copyriot.se, publicerat 2012-08-28, <http://copyriot.se/2012/08/28/the-pirate-bay-tecken-pa-forruttnelse/>.
4. Rasmus Fleischer, ”Femton gäst på död mans kista: om framtidens nät-politik”, i Jonas Andersson & Pelle Snickars (red.), *Efter The Pirate Bay*, Mediehistoriskt arkiv, 19 (Stockholm 2010).
5. Nicklas Lundblad, *Law in a noise society*, Gothenburg studies in informatics, 41 (Göteborg 2008).
6. Avsnittet om robotförlag och robotböcker baserar sig på femte kapitlet i min bok *Boken: Rasmus Fleischer, Boken & Biblioteket*, 1 (Stockholm 2011) s. 86–109.
7. Chris Anderson, *Long tail: varför framtidens ekonomi handlar om att sälja mindre av mer* (Stockholm 2006).
8. Fleischer, 1 (2011) s. 86–109.
9. Evgeny Morozov, ”A robot stole my Pulitzer!”, *Slate.com*, 19/3 2012, http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/03/narrative_science_robot_journalists_customized_news_and_the_danger_to_civil_discourse_.html; Joe Fassler, ”Can the computers at Narrative Science replace paid writers?”, *The Atlantic*, 12/4 2012, <http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/04/can-the-computers-at-narrative-science-replace-paid-writers/255631/>.

10. Lasse Mannheimer, ”En explosionsartad utveckling”, *Dagens Nyheter*, 16/9 2012.
11. Wikipedia, ”VDM Publishing”, http://en.wikipedia.org/wiki/VDM_Publishing, 15/11 2012.
12. Jfr diskussionen om författarnamnet Heinz Duthel som förs i Fleischer, 1 (2011) s. 88–92.
13. Jag gjorde denna bedömning i början av 2012 med utgångspunkt i utbudet på Amazon.com, som emellertid inte ger direkt möjlighet att kartlägga nytillskottet av titlar; det går endast att göra indirekt via en sökmotor. Uppskattningen bör tolkas med viss försiktighet, men det råder inget tvivel om att robotförlagens produkter under 2012 stod för en mycket stor andel av de nyutgivna titlar som salufördes i världens största nätbokhandel.