

.se

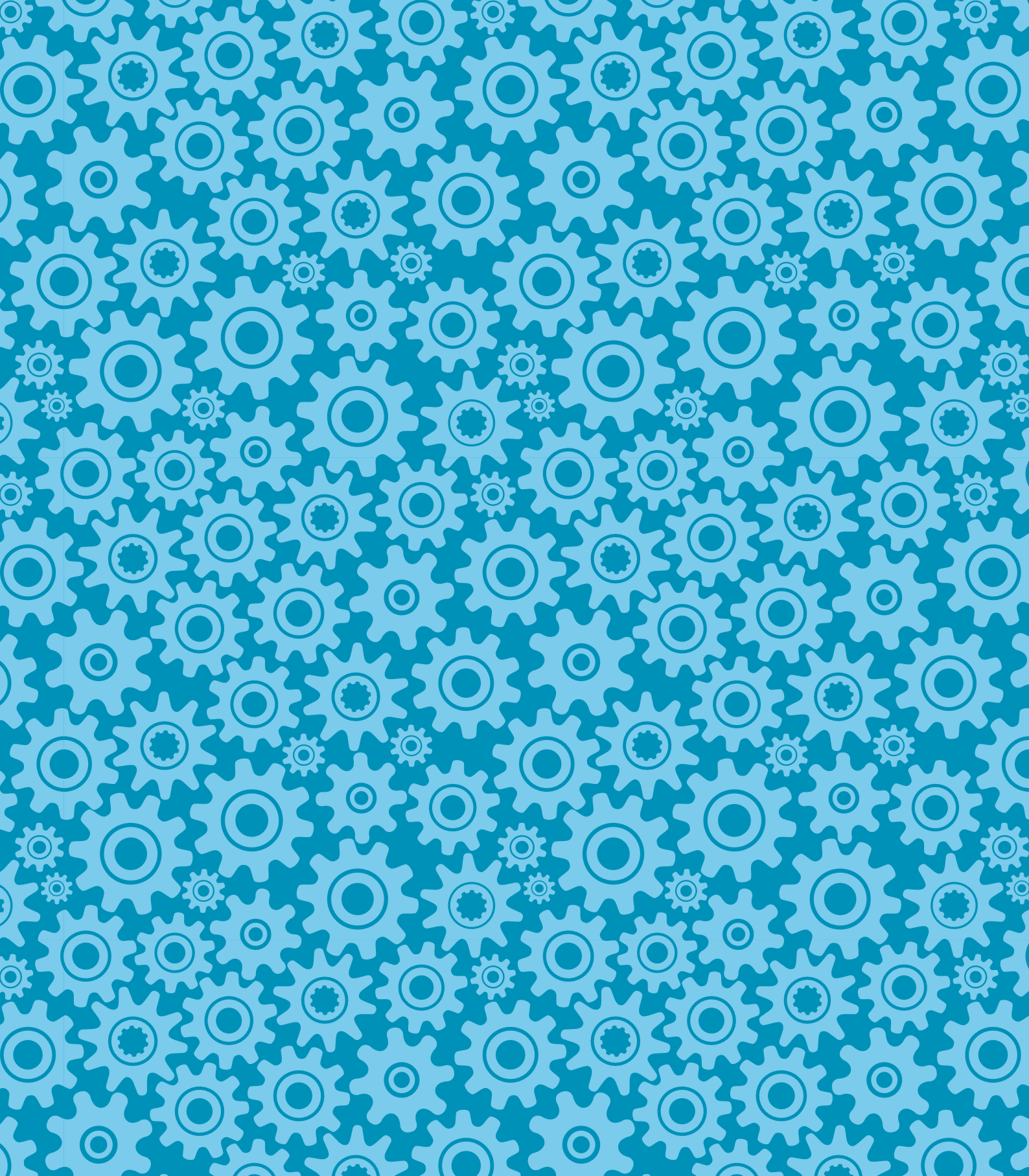
Anders Thoresson

Flöden, kvitter och statusuppdateringar

– en guide om omvärldsbevakning på nätet



.se | internetguider



Anders Thoresson

Flöden, kvitter och statusuppdateringar

– en guide om omvärldsbevakning på nätet

Flöden, kvitter och statusuppdateringar

.SE:s Internetguide, nr 23

Version 1.0 2011

© Anders Thoresson



Texten skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande 2.5 Sverige vars licensvillkor återfinns på <http://creativecommons.org/>, för närvarande på sidan <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/se/legalcode>.



Illustrationerna skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande-IckeKommersiell-IngaBearbetningar 2.5 Sverige vars licensvillkor återfinns på <http://creativecommons.org/>, för närvarande på sidan <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/se/legalcode>.

Vid bearbetning av verket ska .SE:s logotyper och .SE:s grafiska element avlägsnas från den bearbetade versionen. De skyddas enligt lag och omfattas inte av Creative Commons-licensen enligt ovan.



.SE klimatkompenserar för sina koldioxidutsläpp och stödjer klimatinitiativet ZeroMission. Se <http://www.uwab.se/> för mer information om ZeroMission.

Författare: Anders Thoresson

Redaktör: Lennart Bonnevier

Formgivning: Bedow

Omslagsillustration: © Camilla Atterby

Första upplagan, första tryckningen.

Tryck: DanagårdsLiTHO, Ödeshög, 2011.

ISBN: 978-91-979411-0-5

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) ansvarar för Internets svenska toppdomän. .SE är en oberoende allmännyttig organisation som verkar för en positiv utveckling av Internet i Sverige.

Alla .SE:s Internetguider

Du hittar alla .SE:s utgivna Internetguider på www.iis.se/guider. Du kan beställa en prenumeration på nyttgivna guider genom att skicka namn och adress till publikationer@iis.se.

Organisationsnummer: 802405-0190

Besöksadress: Ringvägen 100 A, 9 tr, Stockholm

Brevledes på .SE Box 7399, 103 91 Stockholm

Telefon: +46 8 452 35 00. Fax: +46 8 452 35 02

E-post: info@iis.se www.iis.se

.se

Innehåll

FÖRORD	05
INFORMATIONSEXPLOSIONEN	07
Nålar och höstackar	08
ATT HANTERA INFORMATIONSFLODEN	13
En duktig DJ och slumpfaktorn	13
RSS ÄR BASEN I DIN OMVÄRLDSBEVAKNING	17
Så startar du en RSS-prenumeration	19
RSS för rubriker	20
RSS för sökningar	21
RSS finns på många ställen	22
Sortera smart- läs inte allt	22
Lite magi till din hjälp	25
Så gör du Google Reader bättre	26
Koll på webbplatser som saknar RSS	26
Lär dig att använda sökmotorerna	28
Låt RSS-flödet ta en omväg	28
TWITTER TILL DIN HJÄLP	31
Hitta personer att följa	32
Hantera twitterflödet	34
KOLL PÅ FACEBOOK	39
FLER BEVAKNINGSTIPS	41
Glöm inte människorna	41
Tiden kommer inte att räcka till	42
Omvärldsbevaka på rätt avdelning	43
Steget från gratistjänst till betaltjänst	43
SÅ BLIR FILTREN BÄTTRE MED NY TEKNIK	47
Återkoppling lär tekniken om dig	49
Ditt sociala nätverk i träfflistan	50
FINNS DET BAKSIDOR MED PERSONLIGA FILTER?	53
APPENDIX: TJÄNSTER OCH PROGRAM	57
Lösningar för RSS	57
Lösningar för Twitter	58
Söktjänster	58
Diverse	59
Kommersiella tjänster	59
OM FÖRFATTAREN	61



Förord

Mängden information på nätet växer i ett rasande tempo. Det bloggas, det twittas, det statusuppdateras, det publiceras artiklar och videoklipp, nya bilder laddas upp till Facebook och Flickr. Som användare, oavsett om man för stunden är på nätet som privatperson eller i jobbet, behöver man verktyg för att hänga med i flödet. Verktyg som filtrerar ut det som man är intresserad av.

Men det finns de som menar att bra filter skapar nya problem. Våren 2011 skrev den amerikanske journalisten och författaren Nicholas Carr ett blogginlägg där han argumenterar för att bra filter förstärker känslan av informationsstress. Bra filter, menar han, hjälper oss inte bara att hitta en nål i en höstack. Bra filter bygger hela höstackar av nålar där allt är intressant och det är svårt att veta var man ska börja.

Det kan möjligen ligga något i hans resonemang, men den här Internetguiden har ändå som grundtes att fungerande

filter behövs och ju finmaskigare de är, desto bättre för användaren. Är resultatet en höstack med intressanta nålar kan det förvisso kännas övermäktigt. Men då får man låta sin egen tid sätta gränserna och vara glad för det man hinner läsa.

Med hjälp av de verktyg och metoder som presenteras på de kommande sidorna ska du som läsare förhoppningsvis kunna gallra fram sådant som intresserar dig. Guiden vänder sig i huvudsak till dig som ännu inte använder någon tjänst för att på ett strukturerat sätt omvärldsbevaka på nätet utan istället förlitar dig på en sökmotor när det är något specifikt du letar efter och i övrigt besöker några favoritsajter för att hålla dig uppdaterad om "dina" ämnen.

Ambitionen är att hjälpa dig att få bättre koll på det som är viktigt för dig, med enkla metoder och utan någon stor kostnad. Tyngdpunkten ligger på alla de gratis-tjänster som finns tillgängliga på nätet.

Jag vill också tacka Fredrik Clase, Mikael Haglund, Joakim Jardenberg, Martin Källström, Matti Palm, Fredrik Stenbeck och Mattias Tyrberg som bidragit med kunskap, idéer och tips till denna guide.

Vänersborg, juni 2011

Anders Thoresson

01 Informationsexplosionen

Känslan av att dränkas i ny information så snart webbläsaren startar är inte obefogad. Kurvorna som visar hur mängden information på nätet växer pekar brant uppåt.

Det saknas inte siffror som illustrerar hur kraftig tillväxten faktiskt är. Statistikreferenserna på nätet är många. Fem exempel:

- I december 2010 fanns 255 miljoner webbplatser på nätet¹, 21,4 miljoner fler än ett år tidigare.
- 2007 skapades 5 000 inlägg på Twitter varje dag. Våren 2011 är siffran 155 miljoner².
- Till Facebooks samling av foton, statusuppdateringar, länkar och annat lades under våren 2011 ytterligare 30 miljarder³. Varje månad.
- Våren 2010 laddades det upp 24 timmar ny film till Youtube⁴. Varje minut.
- Under 2010 skickades det i genomsnitt 294 miljarder mail⁵ varje dag.

Allt detta är siffror som är svåra att visualisera och ta till sig. Den som läser analysföretagens förutsägelser för framtiden får det inte lättare. Enligt IDC, som på uppdrag av lagringsföretaget EMC gjort en prognos, kommer mängden digital information öka med "35 trillion gigabytes" fram till 2020. I IDC:s rapport "The Digital Universe Decade - Are You Ready"⁶, publicerad i maj 2010, staplas de stora siffrorna på varandra:

- Under 2009 växte det som IDC kallar för "the digital universe" med 62 procent, till 800 000 petabytes. Inte bekant med termen petabyte? En petabyte är en miljon gigabyte!
- Vid slutet av 2010 skulle det digitala universumet ha nått 1,2 miljoner petabyte, också kallat för 1,2 zettabyte.
- Får IDC rätt i den långsiktiga prognosen, om "35 trillion gigabyte" 2020 innebär det att informationsmängden är 44 gånger så stor då som 2009.

En del av den här datamängden kommer från tv-program och filmer vars bildkvalitet ständigt förbättras. Bättre bildkvalitet innebär att filmens lagringsutrymme växer, men inte att det tar längre tid att titta på den filmen. ►

Åtta bitar, en byte

En "bit" är den minsta informationsmängd en dator kan hantera. En bit kan bara ha två värden, en etta eller en nolla. En "byte" är en samling av åtta bit. Därefter följer kilobyte, megabyte, gigabyte och så vidare upp till zettabyte. Men datorernas bitar följer egentligen inte det vanliga decimalsystem som vi är vana att räkna med. En kilobyte är inte 1 000 bit, utan 1024. I konsumentprodukter avses dock oftast följande förhållanden:

En bit: 1 eller 0

En byte: 8 bit

En kilobyte (kB): 1 000 bytes

En megabyte (MB): 1 000 kB

En gigabyte (GB): 1 000 MB

En terabyte (TB): 1 000 GB

En petabyte (PB): 1 000 TB

En exabyte (EB): 1 000 PB

En zettabyte (ZB): 1 000 EB

► 90 minuter är 90 minuter, oavsett om filmen är lagrad på en Bluray-skiva i full hd-upplösning eller om den finns på ett gammalt vhs-band.

Andra delar av tillväxten handlar om information som samlas in för att automatiskt bearbetas av datorer, i system som sköter trafikplanering, värme och ventilation i fastigheter eller i helt andra syften. Inte heller det en ökning som påverkar hur vi upplever och tar till oss information på nätet.

Och möjligen går det att känna en viss lättnad inför det faktum att inte mer än en fjärdedel av informationsmängden är unik och bara existerar på ett enda ställe. 75 procent är enligt IDC sådant som finns lagrat på flera ställen, som säkerhetskopior, mejl som skickats vidare eller filmer på dvd-skivor.

Men en tillräckligt stor mängd information finns ändå kvar för att det ska framkalla en viss trötthetskänsla. Det mesta är dessutom ointressant för just dig. Utmaningen är att i denna ocean av information hitta det som du tycker är relevant och intressant.

Nålar och höstackar

I en uppmärksam presentation 2008 resonerade den amerikanske författaren,

journalisten och Internetdebattören Clay Shirky bland annat om de här frågorna. "Det är inte informationsexplosionen som är problemet, det är att våra filter inte längre fungerar"⁷, menar han.

Känslan av informationsstress är inte så ny som vi ibland kan förledas att tro. Enligt Clay Shirky är känslan inte ens ett fenomen som uppstod under 1900-talet. Istället går Shirky hela vägen tillbaka till Gutenberg. När han gjorde det möjligt att trycka böcker istället för att skriva dem för hand introducerade han enligt Clay Shirky samtidigt mänskligheten för en situation där mängden tillgänglig information blev enorm. Plötsligt fanns det fler böcker tillgängliga än vad en läskunnig person kunde ta sig igenom under sin livstid.

Men de tekniska kliv som Gutenberg tog påverkade inte bara bokläsarna. Ur ett produktionsperspektiv skapade böckerna en annan utmaning. De blev förvisso enklare att producera, men det var en produktion förknippad med ekonomisk risk. Att trycka böcker kostar pengar. Därför fanns det en roll att fylla för förläggare och redaktörer med en fingertoppskänsla för vad som gick att sälja. På samma ekonomiska grundvalar har andra mediaformer, som tv, tidningar och radio, vilat: Dyr

publicering har krävt någon form av filter som säkrar en önskad kommersiell framgång – i huvudsak har bara sådant som går att sälja i tillräckligt stor omfattning varit det som tryckts eller sänts.

Med Internet och den tekniska utvecklingen inom IT och telekom har kostnaden för både produktion och distribution sjunkit så lågt att det inte längre finns något självklart behov av att filtrera innan publicering. Finns det ingen märkbar ekonomisk kostnad för att posta ett nytt blogginlägg, ladda upp en bild eller skriva en statusuppdatering på Facebook, då försvinner också anledningen till filtrering innan publicering. Producenten kan göra resultatet av sitt arbete tillgängligt utan att behöva fundera över om det egentligen finns en mottagare som är intresserad. Och det oavsett om det ligger år av arbete bakom en egenutgiven roman eller tre sekunders funderande bakom den senaste uppdateringen på Facebook.

Därför, enligt Clay Shirkys resonemang, handlar det vi idag upplever inte så mycket om en växande informationsvåg som om filter som inte längre existerar. Det som hänt är att filtren som tidigare fanns på plats i form av redaktörer, utgivare och förläggare inte finns kvar i samma omfattning. Men det betyder inte att behovet av ►

- filter har försvunnit. Det behövs nya, som ligger närmare mottagaren och är anpassade till individens behov.

Det saknas inte företag som har identifierat den här luckan. Google är det självklara exemplet. Företagets sökmotor är fortfarande det dominerande sättet att leta efter information på nätet, men främst användbar när det gäller jakten på något specifikt i den samling av dokument som nätets webbsidor utgör, inte helt olikt att gå till biblioteket och få hjälp av en bibliotekarie i jakten på en faktauppgift. Men Google erbjuder fler tjänster, en del av dem anpassade till det allt snabbare informationsflödet på nätet och andra företag gör också försök att bringa ordning i det som händer.

På Facebook var sorteringen av vänernas statusuppdateringar ursprungligen strikt kronologisk, med senaste statusuppdateringen från bekantskapskretsen överst. Men för den som har många vänner, eller inte använder Facebook så ofta, finns risken att något intressant har hunnit passera medan uppmärksamheten var riktad åt ett annat håll. Därför introducerades "Top News"⁸ dit statusuppdateringar som troligen betyder mer för dig väljs ut. Urvalet baseras bland annat på vilka statusuppdateringar som fått många

reaktioner, i form av kommentarer eller uppsträckta tummar. Facebook tar också hänsyn till vem det är som skrivit ett inlägg eller postat en bild. Är det någon du ofta kommunicerar med på Facebook är sannolikheten stor för att inlägget ska synas i ditt flöde. Facebook kallar algoritmen som räknar fram nyhetsflödets sortering EdgeRank⁹.

Twitter har lagt till möjligheten att sortera vännerna i olika listor, svenska Twingly erbjuder en söktjänst för bloggar, Techmeme är en aggregator, samlingsplats, för tekniknyheter. Alla försöker på olika sätt servera vägar till guldgruvorna genom att med hjälp av olika tekniska lösningar erbjuda ett filtrerat innehåll.

Men det finns också de som inte håller med Clay Shirky om att problemet är filter som slutat fungera. I mars 2011 skrev den amerikanske författaren Nicholas Carr ett blogginlägg med rubriken "Situational overload and ambient overload"¹⁰. I texten delar han upp begreppet "informationsstress" i rubrikens två delar: Den första handlar om något som kan liknas vid jakten på en nål i en höstack. Man vet exakt vad man letar efter och behöver verktyg för att hitta det. För den uppgiften menar Nicholas Carr att bättre filter absolut gör utmaningen att hitta rätt enklare.

Det andra typen av "information overload" handlar om verktyg som jobbar åt oss i bakgrunden. Det är filter som ska söka i nätets kontinuerliga informationsflöden och välja ut det som passar den enskilda användarens intressen och behov.

"Bra filter kommer bygga högar stora som höstackar – men av nålar istället för hö."

Och där, menar Nicholas Carr, kommer bra filter bara att förvärra känslan av att det finns för mycket: Bra filter kommer att hjälpa oss hitta nålarna i den höstack som flödet från bloggar, Twitter och Facebook utgör. Men de kommer att hitta nålar med en aldrig tidigare skådad precision. Nålar kommer bli fler, och av just det slag som du letar efter. Knappnålar med blå huvuden eller stora säkerhetsnålar, allt efter ditt intresse. Bra filter kommer bygga högar stora som höstackar – men av nålar istället för hö. "The cause of situational overload is too much noise. The cause of ambient overload is too much signal."

Har Clay Shirky eller Nicholas Carr rätt? Det får tiden utvisa. Men också i en

hög med nålar finns sannolikt något som är mer intressant än annat, något som får majoriteten av de andra nålarna att bli jämförbara med hö. På sikt är det inte orimligt att tänka sig smarta filter som hjälper oss göra den bedömningen, vilket skulle ge Clay Shirky rätt.

Vi måste kanske också börja betrakta informationsutbudet som en gigantisk buffé där vi omöjligen kan smaka på allt som erbjuds. Filtren kan hjälpa till att välja ut sådant som antagligen faller oss i smaken, men vi måste trots allt ha disciplin nog för att inte föräta oss. Viktigt är också att våga strunta i filtrens förslag ibland och smaka på något nytt. Både smaklökar och hjärnceller mår ypperligt bra av nya upplevelser.

Men oavsett om nästa generations filter gör livet enklare eller snäppet mer komplicerat för oss, tills vidare får vi göra så gott vi kan med de hjälpmedel som finns tillgängliga idag.

Vi börjar i nästa kapitel. ●

Referenser

1. <http://royal.pingdom.com/2011/01/12/internet-2010-in-numbers/>
 2. <http://techcrunch.com/2011/04/06/twitter-q1-stats/>
 3. <https://www.facebook.com/press/info.php?statistics>
 4. <http://www.website-monitoring.com/blog/2010/05/17/youtube-facts-and-figures-history-statistics/>
 5. <http://royal.pingdom.com/2011/01/12/internet-2010-in-numbers/>
 6. I den första rapporten som IDC gjorde på uppdrag av EMC, The Expanding Digital Universe (2007), definieras det digitala universumet som "information skapad eller fångad i digital form".
 7. Se Clay Shirkeys presentation på <http://web2expo.blip.tv/file/1277460/>
 8. Läs mer om Facebooks "Top News" på <https://www.facebook.com/blog.php?post=414305122130>
 9. <http://techcrunch.com/2010/04/22/facebook-edgerank/>
 10. Läs Nicholas Carrs resonemang på http://www.rough.type.com/archives/2011/03/situational_ove.php
-

02

Att hantera informationsfloden

Kanske är du snickare med egen firma som snabbt vill kunna bemöta kunder som luftar sitt missnöje på nätet.

Kanske jobbar du på ett teknikföretag och vill ha koll på branschens utveckling och vad nya konkurrenter har för sig.

Kanske älskar du fotboll och vill följa det som skrivs om favoritlaget.

Kanske är du journalist och vill veta vad som händer på orten.

Kanske är du någon helt annan, med helt andra intressen.

Men vem du är och vilka informationsbehov du har spelar ingen roll. På nätet finns något för alla. Och för den som av intresse eller behov vill skapa rutiner för att hålla koll på detta "något" finns stora möjligheter att göra det.

En duktig DJ och slumpfaktorn

Ett filters uppgift är att ta en stor informationsmängd och gallra fram det som du sannolikt är mest intresserad av. Man

brukar prata om förhållandet mellan signal och brus. Signal är det du är intresserad av, brus är det som stör. Problemet är att det du uppfattar som brus mycket väl kan vara signal för någon annan. Behovet av personliga tjänster är därför stort.

En liknelse kan vara en radiostation som spelar ungefär den musik som du gillar. Där är signal/brus-förhållandet – för dig – högt, vilket är positivt. Men ett riktigt bra filter får gärna göra bättre ifrån sig än så. I den bästa av världar är det som skillnaden mellan den där radiostationen och en privat discjockey som känner till din musiksmak i detalj.

Det finns flera olika principer för filtrering som används när nya produkter och tjänster som ska hjälpa oss att gallra bort bruset på nätet konstrueras:

1. **Algoritmer, matematiska modeller**, som på olika sätt gör automatiska beräkningar på informationsmassan och ►

- gallrar ut de bästa förslagen. I sin allra enklaste form kan det handla om enkla nyckelord. Vet systemet att användaren är intresserad av fotboll, då väljs texter som innehåller ordet "fotboll" ut. Mer avancerade lösningar känner också till relationerna mellan olika ord och begrepp. Ett sådant system kan till exempel förstå att texter som nämner "Fifa World Cup" handlar om fotboll, även om sporten aldrig nämns.

Ett konkret exempel på den här typen av filter är den amerikanska, nätbaserade videobutiken Netflix. Företaget har ett erkänt väl fungerande rekommendationssystem som kommer med förslag på nya filmer som du antagligen skulle gilla, baserat på de betyg du givit till filmer du redan har sett.

2. **Den sociala grafen.** Personer som du känner, är ytligt bekant med eller som är verksamma inom ett område du är intresserad av spelar en allt större roll i gallringen på nätet. I väldigt hög utsträckning används Twitter och Facebook som plattformar för att dela länkar, och är därmed vägar till information. Med "rätt" personer i flödet dyker det ofta upp intressanta länkar. Detta är en av anledningarna till att

Twitter kan vara ett viktigt arbetsverktyg. Där väljer man i första hand att följa personer som är verksamma inom de områden som man är intresserad av, inte personer man redan känner.

Ibland gör man skillnad på den sociala grafen, som består av dem du känner, och intressegrafen, som består av personer som delar dina intressen. På Facebook finns oftare fler ur den första kategorin, på Twitter en majoritet ur den andra. Vilket också är en delförklaring till varför Twitter är ett bra verktyg för omvärldsbevakning: Där postar personerna som du delar intresse med länkar som leder vidare till intressanta webbsidor, på Facebook skickar dina vänner dig vidare till roliga treminutersklipp på Youtube.

Den yrkesmässiga nyttan av Facebook ska dock inte heller underskattas. Inte minst med introduktionen av grupper finns goda förutsättningar för ämnesorienterade diskussioner och länkdelening på Facebook också.

3. **Anonymt samarbete.** Webbplatsen digg.com är ett exempel där användarna röstar på inlagda länkar och därmed bygger topplistor över de, förhoppningsvis,

mest läsvärda. Delicious.com är ett annat exempel. Där sparar användarna bokmärken för att kunna komma åt dem från vilken dator som helst. Och genom att sammanställa en topplista över de mest bokmärkta blir Delicious samtidigt ett filter för intressanta sajter och artiklar. Nättidningar som nyteknik.se, di.se och dn.se använder en annan variant, när topplistor över de mest lästa, kommenterade och tipsade artiklarna visas upp för besökarna. De här listorna blir då ett komplement till den nyhetsvärdering som tjänstgörande redaktörer byggt sitt val på.

Men discjockey-metaforen går att ta ett steg till. En bra DJ spelar inte bara dina favoritlåtar, utan slänger in ny musik som du med stor sannolikhet också kommer att gilla i mixen.

På samma sätt som discjockeyn mer än gärna får överraska med ny, bra musik bör ett informationsflöde också innehålla passande överraskningar. På engelska pratar man om serendipity och hur viktig slumpen är för att få tankestoff till nya idéer. I boken "Where good ideas comes from" argumenterar journalisten Steven Johnson för att just den typen av slump är en av de sju faktorer som kännetecknar

en kreativ miljö. Att sträva efter ett perfekt filtrerat informationsflöde som bara innehåller exakt sådant som du är intresserad av är därför inte en bra ambition, ens om det skulle vara tekniskt möjligt att nå dit idag. Det behövs också ny och fräsch input för att du ska få nya idéer och utvecklas själv.

I boken "The Filter Bubble" varnar Eli Pariser för konsekvenserna av en personalisering som går för långt. Den minskar användarens exponering för nya idéer eller tankar och åsikter som går på tvärs med de egna. Mer om de faror han ser i kapitel 8. ●

03

RSS är basen i din omvärldsbevakning

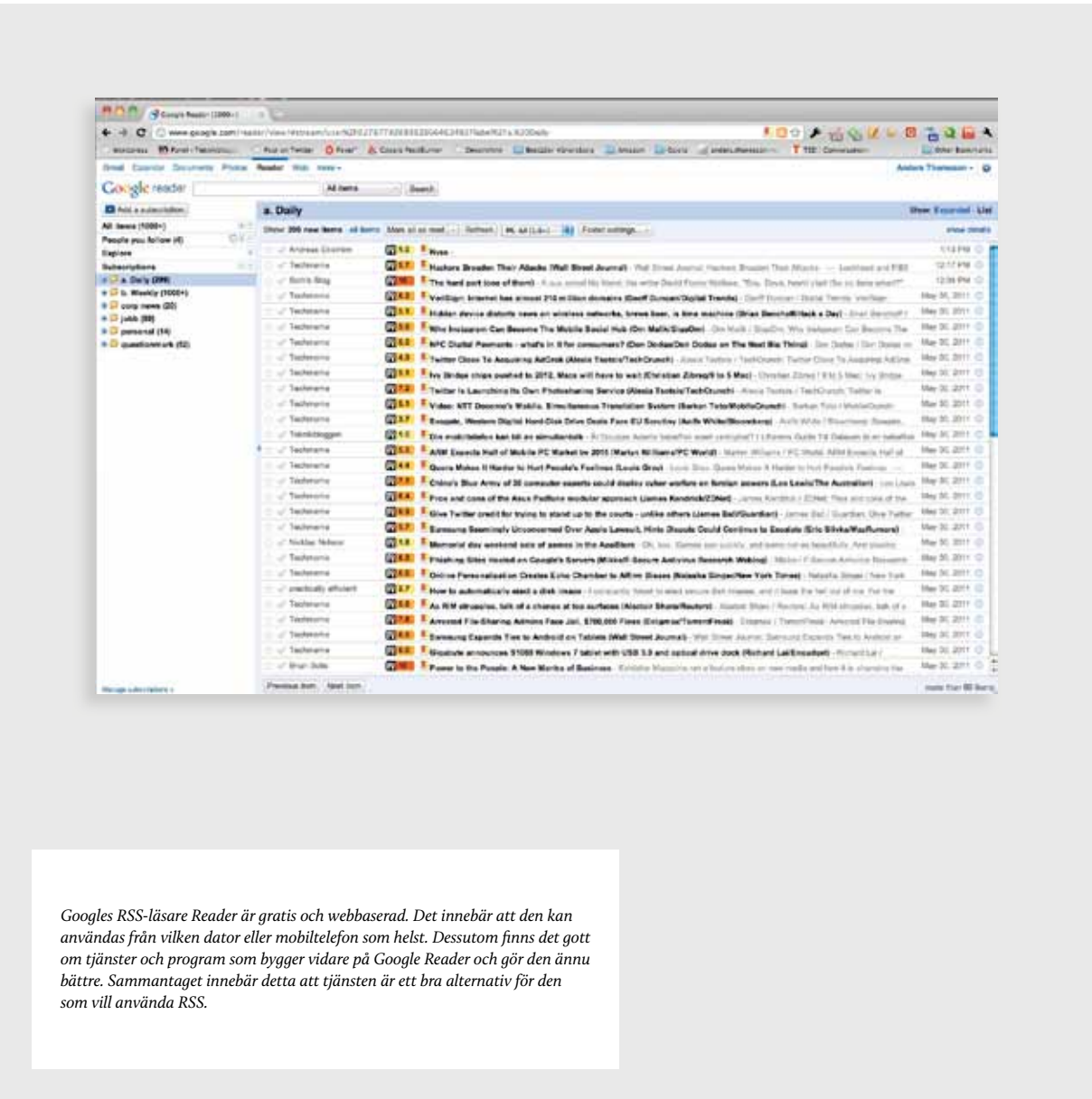
Idag saknas det inte kommersiella alternativ för den som med nätets hjälp vill skaffa sig koll på omvärlden. Priset varierar från några hundralappar till tusentals kronor i månaden. Men den enda investering som behövs för att komma igång är den egna tiden, kompletterat med några av nätets gratistjänster.

Grunden i gratislösningen är RSS, en nätets motsvarighet till tidningsbuden som kommer med morgontidningen. RSS, en förkortning av *really simple syndication*, är en teknik för transport av information. I sin allra enklaste tillämpning ersätter RSS webbläsarens bokmärken. Istället för att du ska spara adresserna till nyteknik.se, dn.se och di.se och besöka sajterna med jämna mellanrum för att se om det hänt något nytt tar RSS ansvar för att webbplatsernas innehåll kommer till dig. Allt eftersom det publiceras nya artiklar levereras de till dig, samlade på ett och samma ställe.

För att kunna prenumerera på ett RSS-flöde krävs en RSS-läsare, ett program eller en nätbaserad tjänst där prenumerationer läggs in. Ett bra alternativ är Google Reader. Inte bara för att Reader uppfyller önskemålet om att vara gratis. Det finns dessutom en hel del program och tjänster som utnyttjar Reader som plattform och på olika sätt ger RSS-läsningen nya funktioner och möjligheter. Att Reader dessutom är en tjänst som körs i webbläsaren gör att den går att komma åt från vilken nätuppkopplad apparat som helst.

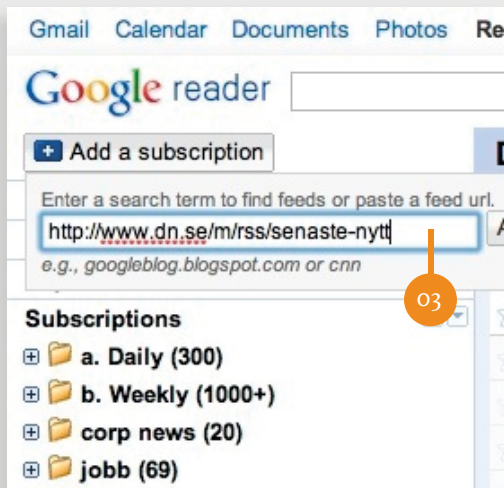
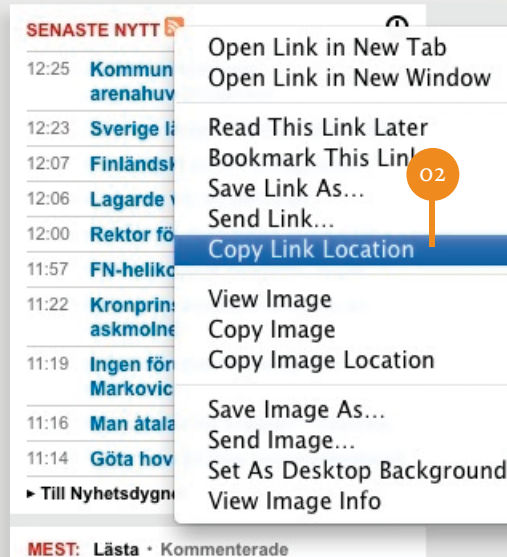
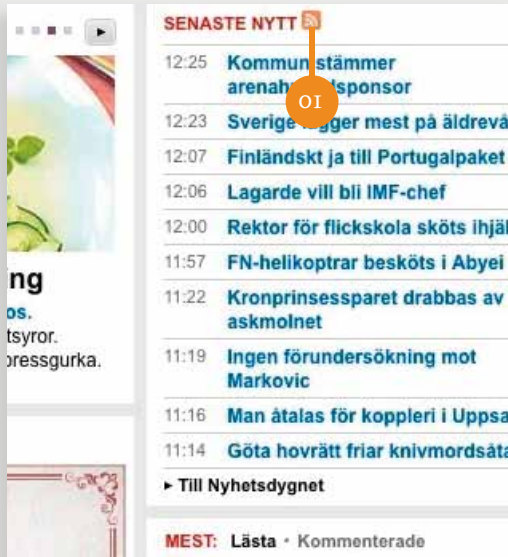
För att börja använda Google Reader matar du in adressen <http://www.google.com/reader> i webbläsaren. Har du redan ett konto för någon av sökjättens andra tjänster, exempelvis Gmejl, är allt som krävs att du aktiverar Reader-funktionen. Annars måste du först klicka på knappen för att skapa ett Google-konto.

Med ett konto i Google Reader är nästa steg att leta reda på prenumerationer att ►



Googles RSS-läsare Reader är gratis och webbaserad. Det innebär att den kan användas från vilken dator eller mobiltelefon som helst. Dessutom finns det gott om tjänster och program som bygger vidare på Google Reader och gör den ännu bättre. Sammantaget innebär detta att tjänsten är ett bra alternativ för den som vill använda RSS.

Så startar du en RSS-prenumeration



- 01 Leta upp den orange-färgade RSS-ikonen på webbsidan. Här från dn.se, där det finns flera olika flöden att prenumerera på.
- 02 Högerklicka på ikonen och kopiera länken. Beroende på vilken webbläsare du använder kan det också fungera med ett vanligt vänsterklick. Då visar webbläsaren olika alternativ för att lägga till prenumerationen.
- 03 Om du valt att kopiera länken i steg två, växla till Google Reader. Klicka där på knappen för att lägga till en ny prenumerat

► fylla RSS-läsaren med. Här finns två huvudsakliga typer av källor:

1. De senaste nyheterna från webbplatser du är intresserad av. I den här kategorin finns bland annat nättidningar och bloggar. Ibland innehåller flödet kompletta artiklar, ibland bara rubrik och ett kortare utdrag. I det senare fallet krävs då ett klick vidare till ursprungskällans webbplats för att läsa hela texten.
2. Resultat från sökmotorer som exempelvis Google, Twingly, Youtube och Twitter. Prenumerationer på sökresultat gör det möjligt att få ett meddelande så snart något som matchar sökningen dyker upp på nätet.

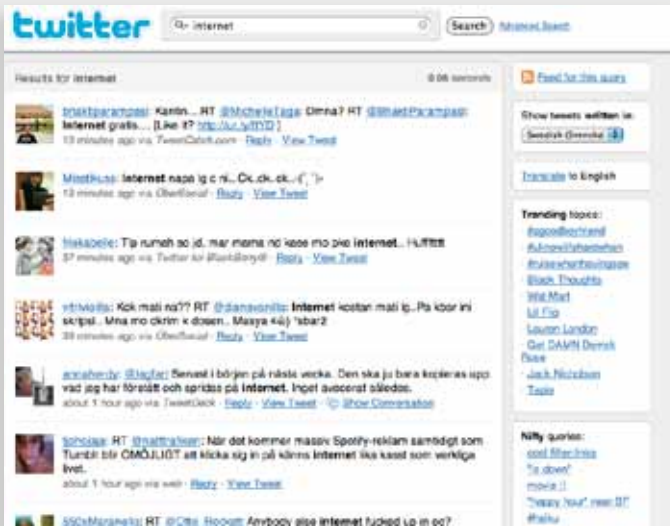
Oavsett vilken typ av källa det handlar om läggs prenumerationen till i RSS-läsaren på samma sätt. Först ska man hitta adressen till det så kallade RSS-flödet. Det är en adress som ser ut som vilken vanlig webbadress som helst. De senaste toppnyheterna från Dagens Nyheter finns exempelvis på <http://www.dn.se/m/rss/senaste-nytt>. Steg två är att kopiera och lägga till den adressen i RSS-läsaren.



Orange med en vit prick och två cirkelsegment. Så ser ikonen för RSS ut, och det är den du ska leta efter på webbplatser och bloggar som intresserar dig.

RSS för rubriker

Börja med att besöka de webbplatser som är viktigast för dig, för att undersöka om de har ett RSS-flöde som du kan prenumerera på. Beroende på vilken webbläsare du använder dyker eventuellt en orange ikon med en vit punkt och två cirkelsegment uppe i adressfältet. I så fall kan du ofta klicka på den för att få en lista över tillgängliga RSS-flöden eller för att komma till en sida som visar innehållet i RSS-flödet. Ser du ingen orange ikon i webbläsarens adressfält, leta efter ikonen eller texten "RSS" någonstans på sidan.



Överst i den smala spalten till höger på Twitters söksida finns RSS-ikonen. Genom att kopiera länken som den leder till (högerklick med musen och välj "kopiera länk" eller motsvarande) går det att få nya sökträffar från Twitter rakt in i RSS-läsaren.



När du hittat och kopierat adressen till RSS-flödet återvänder du till RSS-läsaren och lägger in den bland dina prenumerationer. Nu behöver du inte längre besöka webbplatserna ett par gånger om dagen för att se om det dykt upp några nya rubriker sedan sist. Varje gång webbplatsen publicerar nytt innehåll kommer du istället att se det i din RSS-läsare.

RSS för sökningar

Nästa steg är att använda RSS för att hålla koll på källor som du inte redan känner till. Hos många söktjänster är det nämligen möjligt att spara sökningar som RSS-flöden. På så sätt görs samma sökning om och om igen, och varje gång det blir en ny träff på söktermen kommer den att synas i RSS-läsaren.

Hos Google kan den här tekniken användas för att skapa en ständigt pågående sökning där RSS-prenumerationen uppdateras så snart det finns en ny träff på webben. Tjänsten heter Google Alerts¹. Sökfrågan skapas på samma sätt som i Googles vanliga sökmotor. Skillnaden är att resultatet levereras via e-post eller RSS.

På Google News² och Microsofts Bing³ går det att bevaka vad traditionella medier rapporterar om ett ämne. På sidan

- med sökträffarna finns RSS-ikonen, med en länk till ett RSS-flöde som kommer att uppdateras i takt med att söktjänsterna hittar nya sidor som matchar sökkriteriet.

Ett annat alternativ erbjuder svenska Twingly. Linköpingsföretaget utvecklar bland annat en sökmotor specialiserad på bloggar och mikroblogger som Twitter. Och precis som hos Google och Bing är det möjligt att prenumerera på sökningar. Det här är en bra möjlighet för bland annat företag som vill hålla koll på hur de omnämns på nätet.

Hos Twitter finns motsvarande lösning för att prenumerera på träffar från sökningar bland det som skrivs. Men eftersom flödet av nya inlägg på Twitter är väldigt högt kommer en RSS-prenumeration på populära ord bli omöjlig att överblicka. Inte heller kommer den att innehålla alla träffar, eftersom tempot är så högt. Genom att använda de avancerade verktyg⁴ som finns går det dock att snäva in sökningen, för att få ett mer hanterbart resultat. Här går det bland annat att begränsa sökningar i tid och till geografisk plats. Bättre möjligheter att hantera twitterflödet är en av fördelarna med de betaltjänster som finns för nätbaserad omvärldsbevakning. Mer om dem i kapitel 6.

RSS finns på många ställen

RSS-flöden finns inte bara hos traditionella nyhetssajter, bloggar och nätets sökmotorer. De går att hitta på många webbplatser. Hos Arbetsförmedlingen går det till exempel att prenumerera på platsannonser, med urval gjort på bransch eller anställningsort. Hos Cisionwire⁵ och Mynewsdesk⁶, två tjänster för pressmeddelanden och annan information från företag, finns många RSS-flöden att välja bland. På diskussionsforum finns ofta möjligheten att prenumerera på nya inlägg via RSS. I det stora uppslagsverket Wikipedia är det användarna själva som skriver artiklarna. Ett sätt att följa hur texten om ett uppslagsord utvecklas är genom en RSS-prenumeration⁷.

Det finns därför all anledning att hålla ögonen öppna efter RSS-ikonen på alla webbplatser som har koppling till dina intressen eller bevakningsbehov. Sannolikheten för att det ska gå att skapa en prenumeration i din RSS-läsare är stor.

Sortera smart– läs inte allt

Om du upptäcker att RSS är något för dig är det inte otroligt att listan med prenumerationer snart växer sig riktigt lång, i takt med att du hittar nya intressanta källor som du vill hålla koll på. En direkt

konsekvens blir att antalet nya rubriker aldrig kommer att vara i närheten av noll. Känn ingen stress över det. Till skillnad från inkorgen i e-postprogrammet är det helt okej att med jämna mellanrum markera alla olästa rubriker som lästa. Det finns ju ingen avsändare som väntar på ett svar från dig. RSS kan istället sägas ha mer gemensamt med en morgontidning. Du skummar rubrikerna, läser det som är intressant, sparar kanske något till ett senare tillfälle och slänger sen resten i återvinningen.

Att välja en RSS-prenumeration istället för en prenumeration via e-post, om det alternativet finns, kan därför också vara ett sätt att minska trycket i mejlprogrammet. De viktiga mejlen från vänner, kollegor och kunder riskerar inte att försvinna bland alla som kommer från prenumerationer som du skrivit upp dig på.

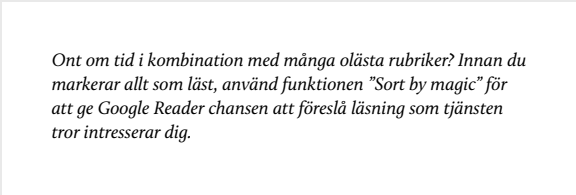
Men den som väljer att markera olästa texter som lästa, utan att faktiskt ha läst dem, riskerar samtidigt att missa något av särskilt stort intresse. Även om det känns olustigt i början är det något som bara är att acceptera. Men det finns metoder för att minska den risken. Ett första steg är att fundera över hur prenumerationerna i RSS-läsaren är sorterade. I de flesta RSS-läsare går prenumerationerna att samla i

olika mappar. Utnyttja den möjligheten, och gör det på ett smart sätt. Det uppenbara och självklara alternativet kan vara att samla RSS-flöden som handlar om samma ämnen i mappar. Det kan fungera så länge prenumerationerna inte är för många, men det finns ett bättre alternativ.

När du använt RSS ett tag kommer du antagligen upptäcka att det finns prenumerationer som oftare än andra innehåller riktigt bra saker, sådant som du helst inte vill missa. Ett tips är därför att sortera prenumerationerna efter prioriteringsordning istället för efter ämne. I de mappar som innehåller prenumerationerna med högst prioritet försöker du hinna skumma allt, övriga mappar går du igenom när tid finns – eller markerar som lästa när de svämmat över.

För att den här strategin ska fungera krävs att man är selektiv med vilka RSS-flöden som får ta plats i mappen med högst prioritet. Antalet nya rubriker där får inte bli fler än att du verkligen hinner igenom dem. Släpar du efter, titta igenom listan med prenumerationer och flytta undan de som inte försvarar sin plats.

Den som prenumererar på många RSS-flöden i samma nisch minskar dessutom risken för att missa de riktigt viktiga nyheterna. Sannolikheten för att de ska finnas ►

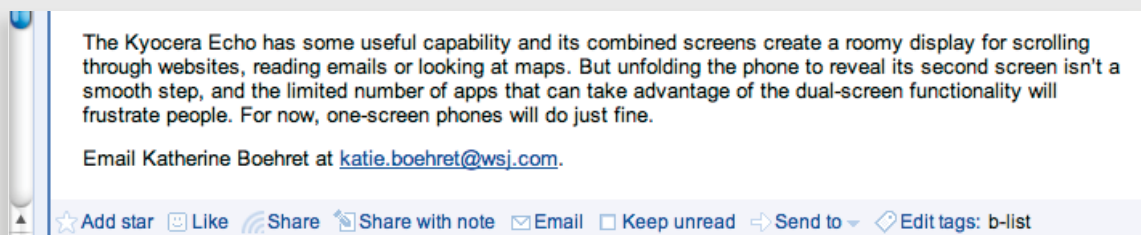


- med på flera ställen är stor, och därmed ökar också chansen för att du ska få ögonen på dem.

Lite magi till din hjälp

Om det ändå tar emot att markera hundratals, kanske tusentals, rubriker som lästa utan att du först tittat på dem finns det verktyg som försöker hjälpa dig att hitta de som är mest läsvärda. Inbyggt i Google Reader finns en funktion som heter "Sort by magic". Det vanliga sättet är att sortera rubrikerna i RSS-läsaren i kronologisk ordning, med antingen den nyaste eller äldsta överst.

Magi-funktionen, som givetvis inte är magisk alls, skapar en personlig sorteringsordning just för dig. Ambitionen är att visa rekommenderad läsning i toppen av listan. För att veta vilka rubriker som ska hamna överst analyserar Google Reader hur du använder tjänsten. Rubriker i prenumerationer du ofta läser viktas exempelvis lite högre. Ju fler signaler den magiska sorteringen får, desto bättre fungerar den. För att ge "Sort by magic" data att jobba med är det därför bra att utnyttja Google Readers funktioner för att markera vilka texter du gillat och för att dela dem med dina vänner. ►



För att "Sort by magic" ska fungera så bra som möjligt, var flitig med att använda knapparna som ligger under varje text. Genom att markera sådant som du tycker är bra, eller dela med dig av det till andra, skickar du samtidigt en signal till Google Reader om dina intressen.

► **Så gör du Google Reader bättre**

En av de stora fördelarna med Google Reader är att tjänsten går att bygga på med nya funktioner, utvecklade av andra företag. Postrank⁸ och Feedly⁹ är två exempel på tjänster som bygger på öppenheten hos Google Reader. Syftet med både Postrank och Feedly är att göra det lättare för dig som användare att hitta "guldkornen" i alla dina RSS-flöden genom att precis som Sort by magic gå ifrån den kronologiska sorteringsordningen.

Postrank använder signaler från den sociala webben för att avgöra vad som är intressant. Postrank håller bland annat koll på länkar som postas på Twitter och sparas som bokmärken i tjänster som Delicious. Den samlade informationen säljs till företag som vill veta hur deras innehåll på webben tas emot. Men det finns också en gratistjänst som utnyttjar samma data. Med ett webbläsartillägg som finns för Google Chrome och Apple Safari visas informationen i Google Reader. Möjligheten att välja att inlägg med en Postrank över ett visst värde ska prioriteras gör att det går snabbare att skumma flödet.

Med Feedly, även det ett webbläsartillägg som fungerar med Chrome, Safari och Firefox men också ett program för iPhone, iPad och Android, får Google

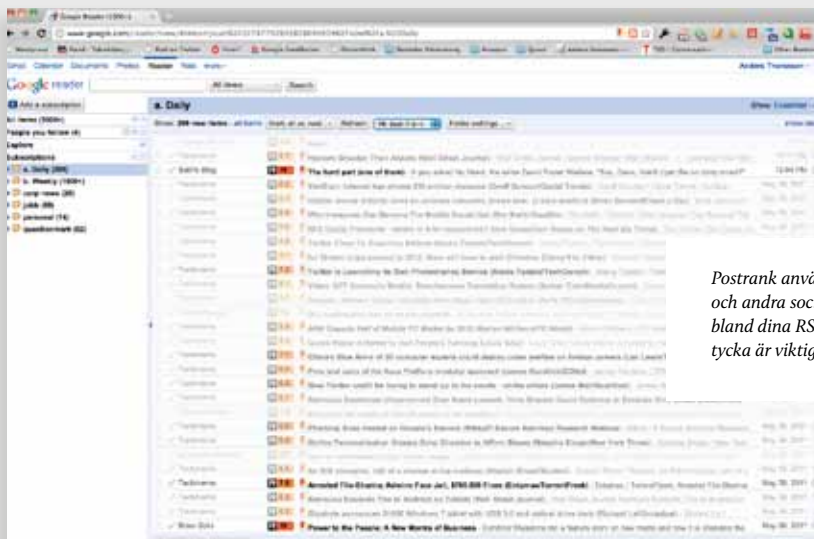
Reader ett annat utseende som gör läsoplevelsen lite mer tilltalande. Men tillägget lär sig också successivt vilken typ av artiklar du är intresserad av, och försöker välja ut liknande texter till din startsida hos tjänsten. Precis som Postrank använder sig Feedly dessutom av signaler från de sociala nätverken på nätet.

För den som använder en mobiltelefon med pekskärm har Google Reader ett gränssnitt som är anpassat till den lilla skärmen¹⁰. Men det finns också många program, både till Apples iOS och Googles Android, som hämtar prenumerationerna från Google Reader men presenterar dem på ett sätt som är snyggare och bättre drar nytta av telefonernas möjligheter. Till iPhone och iPad är Reeder¹¹, Pulse¹² och Flipboard¹³ tre alternativ som ofta får bra recensioner. Pulse finns också till Android. Till Android är Newsrob och Greed två andra program med bra betyg.

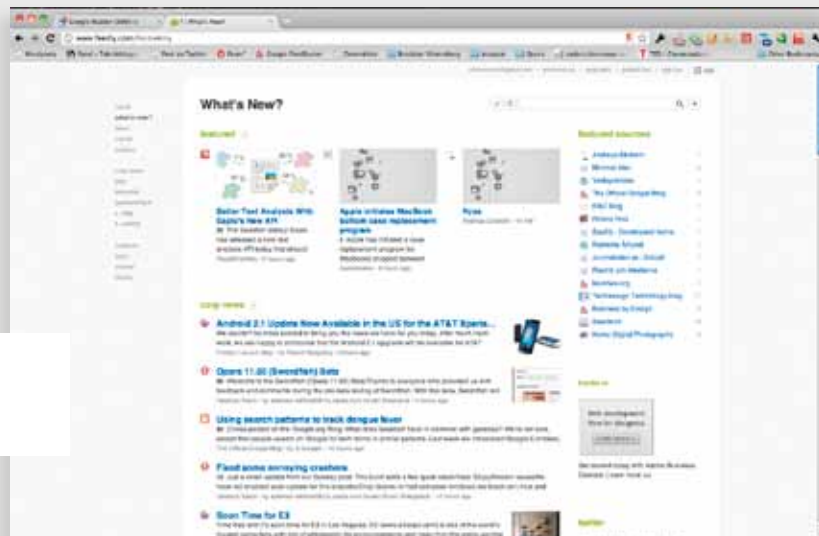
Koll på webbplatser som saknar RSS

Även om RSS idag är en teknik som inte används bara av nyhetssajter utan på väldigt många håll på webben är genomslaget inte hundra procentigt. Det finns fortfarande webbplatser som inte publicerar sina nyheter i ett RSS-flöde. Men det finns möjligheter att automatbevak





Postrank använder signaler från bland annat Twitter och andra sociala medier för att avgöra vilka artiklar bland dina RSS-prenumerationer som andra verkar tycka är viktiga.



Feedsy ger Google Reader ett snyggare utseende och hjälper dessutom till med prioriteringen av rubrikerna.

- också sådana sidor. Ett alternativ är redan nämnda Google Alerts, där det går att skapa e-post- och RSS-prenumerationer av sökningar.

Lär dig att använda sökmotorerna

För att sökbaserade RSS-bevakningar hos exempelvis Google, Twitter och Twingly ska bli effektiva krävs att man lägger tid på att formulera så smarta sökfrågor som möjligt. Med för breda sökbegrepp kommer RSS-läsaren, eller mejlprogrammet om man väljer att få prenumerationerna dit, att vara överfull av nya rubriker varje gång den öppnas.

Många sökmotorer har en sida där användarna får hjälp att skapa ett sökbegrepp som ska fungera. Här går det ofta att mata in ord som måste vara med, ord som inte får vara med och webbsidor som sökresultaten ska länka till. Det senare är ett bra alternativ för den som vill ha koll på hur det egna företaget omnämns på webben. En sökning efter sidor som länkar till företagets webbplats blir ett sätt att fånga upp sådana inlägg.

För den som vill ta en genväg förbi formulären för sökningar finns några specialkombinationer att använda direkt i sök-rutan i de flesta sökmotorer:

- För ord som måste vara med, lägg till ett plustecken innan: +måste
- För ord som inte får vara med, lägg till ett minustecken: -sökord
- För fraser, använd citattecken före och efter: "sök efter denna frasen"
- För att begränsa sökningar till vissa webbplatser, använd begränsningen "site": "site:iis.se"
- För att leta efter webbsidor som länkar till en annan, använd "link": "link:iis.se"
- Hos Google finns kommandot "around" som talar om att man vill göra en sökning där två ord finns i närheten av varandra: "Internet AROUND(1) omvärldsbevakning". Siffran talar om för Google hur många ord det får finnas mellan de två söktermerna. Bing har en liknande funktion, men där heter kommandot "near:X": "Internet NEAR:1 omvärldsbevakning".

Låt RSS-flödet ta en omväg

För den lite mer avancerade användaren som prenumererar på många RSS-flöden med hög trafik finns tekniska lösningar som gör det möjligt att bearbeta innehållet på vägen från källan till RSS-läsaren. Yahoo Pipes¹⁴ är ett verktyg där man stoppar in ett eller flera RSS-flöden i ena änden, bearbetar det och tar emot resultatet ►

The screenshot shows the Twingly Advanced Blog Search web application. At the top, there's a navigation bar with links to 'Twingly Channels', 'Blog Search', and 'Microblog Search'. Below this is a search bar with a 'Search' button and a 'Spam-free search (beta)' button. The main content area is titled 'Advanced search' and contains several sections for refining search results. The 'Find results' section includes checkboxes for 'With all of the words:', 'With the exact phrase:', 'With at least one of the words:', and 'Without the words:'. Below these are checkboxes for 'Return posts within the blog:', 'Return posts that link to the page or site:', and 'Return posts from the site or domain:'. The 'Language' section has a dropdown for 'Return posts written in:' set to 'All languages'. The 'Date' section has a dropdown for 'Return posts posted:' set to 'Anytime'. The 'Sorting' section has a dropdown for 'Sort results by:' set to 'TwinglyRank'. The 'Ordering' section has a dropdown for 'Order by:' set to 'Descending'. At the bottom of the form, there are 'Search' and 'Spam-free search (beta)' buttons. The footer contains links to 'log', 'Twingly Partners', 'FAQ', 'Screensaver', 'Top 100', 'Twingly Live', 'Twingly Blog', 'Get Satisfaction', 'Help', 'Enterprise Solutions', 'Widgets', and 'Terms of use'.

Twingly Channels Blog Search Microblog Search

Twingly Channels

Search Spam-free search (beta) Advanced search (beta)

Advanced search

Find results

With all of the words:

With the exact phrase:

With at least one of the words:

Without the words:

Return posts within the blog:

Return posts that link to the page or site:

Return posts from the site or domain:

Language

Return posts written in:

All languages

Date

Return posts posted:

Anytime

Sorting

Sort results by:

TwinglyRank

Ordering

Order by:

Descending

Search Spam-free search (beta)

log Twingly Partners FAQ Screensaver Top 100 Twingly Live

Twingly Blog Get Satisfaction Help Enterprise Solutions Widgets Terms of use

Använd söktjänsternas formulär, här syns Twingly, för att skapa avancerade sökbegrepp och öka sannolikheten för relevanta träffar.

- i andra änden, i form av ett modifierat RSS-flöde klart att stoppa in i RSS-läsaren.

Med Yahoo Pipes är det till exempel möjligt att samla tre RSS-flöden, filtrera fram de inlägg som innehåller eftersökta nyckelord och slutligen kombinera de matchande inläggen från de tre källorna till ett enda RSS-flöde. En annan möjlighet är att utnyttja rankingen från Postrank för att sortera de högst rankade inläggen ur ett eller flera flöden. ●

Referenser

1. <http://www.google.com/alerts>
2. <http://www.google.se/news>
3. <http://www.bing.com/news>
4. <http://search.twitter.com/advanced>
5. <http://www.cisionwire.se/prenumerera-via-rss/>
6. <http://www.mynewsdesk.com/se/>
7. RSS-flödet för ändringarna i ett uppslagsord på Wikipedia finns under fliken "View history". För uppslagsordet "Sweden" är det exempelvis <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Sweden&action=history> som gäller.
8. <http://www.postrank.com>
9. <http://www.feedly.com>
10. <http://m.google.com/reader>
11. <http://reederapp.com/>
12. <http://www.alphonsolabs.com/products>
13. <http://flipboard.com/>
14. <http://pipes.yahoo.com/pipes/>

04 Twitter till din hjälp

Twitter är när detta skrivs en av nätets snabbast växande tjänster. Den så kallade mikrobloggen lanserades i juni 2006 och hade fem år senare över 200 miljoner användare. Tillsammans publicerar de dagligen 155 miljoner nya inlägg på Twitter.

”Många använder Twitter för att tipsa om intressanta länkar.”

Hur dessa personer eller företag och organisationer – alla konton på Twitter hör inte till enskilda individer – använder Twitter varierar väldigt mycket. Precis som det inte finns ett sätt att använda e-post eller bloggar finns det inte heller ett sätt att använda Twitter. En del använder mikrobloggverktyget för att skicka ut

statusuppdateringar om vad de just åt till lunch, andra för att diskutera svensk politik. Många använder Twitter för att tipsa om intressanta länkar.

Sammantaget erbjuder Twitter ett informationflöde som är en enorm källa att ösa ur. För ett företag är det en möjlighet att lyssna på vad kunderna tycker om dess tjänster och produkter. Här sprids nyheter rasande fort, och för den som vill hålla koll på sitt ämnesområde är flödet av länkar högvilt. Dessutom, begränsningen på 140 tecken per inlägg till trots, förs här många intressanta diskussioner. Utmaningen är att hitta ett arbetssätt som fungerar. Gör man det är Twitter ett fantastiskt verktyg för omvärldsbevakning.

Att hålla koll på vad som skrivs om ett företag och dess produkter gör man med sökningar. Ett sätt är att använda Twitters egen söktjänst¹. Andra gratisalternativ är Googles realtidssök² eller Twinglys motsvarighet³. Fördelen med de två senare är att de inte bara söker i Twitters flöde. Även om Twitter med bred marginal är den största tjänsten för mikrobloggning finns det alternativ som man kanske också vill bevaka. De kommersiella verktyg som finns för att bland annat bevaka Twitter ger ytterligare funktioner, bland annat ►

- statistik som visar hur ofta en viss sökterm förekommer. Dessutom är Twitterflödet så snabbt att gratistjänsterna ibland kan ha problem att hänga med och missar därför en del av de inlägg som egentligen borde vara med i resultatlistan.

Hitta personer att följa

Är du ny på Twitter men känner personer som redan använder tjänsten kan det vara en bra idé att börja med att följa dem. Det innebär att du kommer få se deras uppdateringar i flödet när du loggar in. För en mer ämnesinriktad användning av Twitter är nyckeln att hitta twitteranvändare som är verksamma i din nisch. När man skapat ett nytt användarkonto på Twitter hamnar man på en sida där Twitter kommer med förslag på personer som kanske är intressanta, grupperade efter olika ämnesområden. Med lite tur hittar du några personer som intresserar dig där, men det finns andra sätt som sannolikt fungerar bättre.

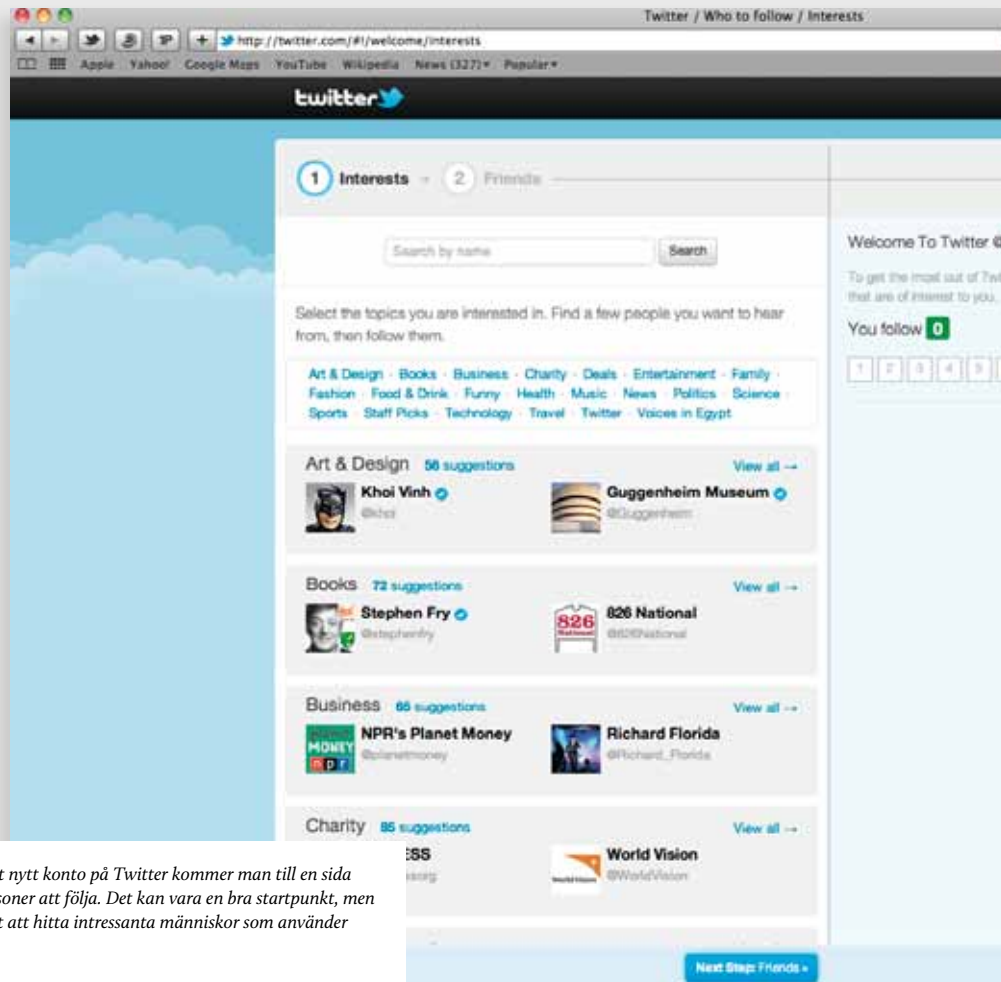
En bra startpunkt är nätets sökmotorer. Gör en sökning på nyckelpersoner i just din bransch och begränsa den till Twitter (lägg till "site:twitter.com" i sökningen för att avgränsa den till Twitter). Med lite tur använder han eller hon Twitter. Eller så hittar du andra personer som twittrat om

honom eller henne och därmed kanske är intressanta för dig att följa.

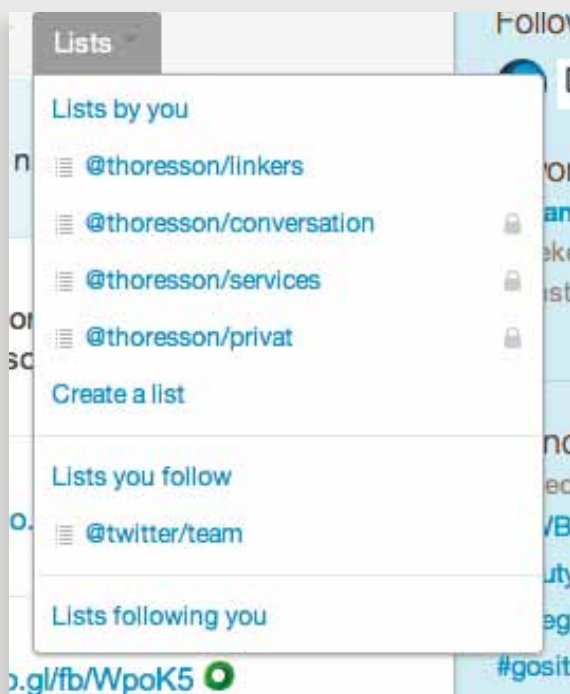
Nästa steg kan vara att använda nätets sökfunktioner för att leta efter twitterinlägg som handlar om sådant som intresserar dig. Sök efter nyckelord som beskriver ditt intresse, antingen ett och ett eller i passande kombinationer. Klicka dig därefter vidare till personerna som postat inläggen och läs igenom vad de nyligen skrivit om på Twitter. Förhoppningsvis hittar du ytterligare några personer att följa på det här sättet.

Leta också efter etiketter, så kallade hashtaggar, som intresserar dig. En hashtagg är ett #-tecken följt av ett ord eller bokstav- och sifferkombination. Etiketterna används för att kategorisera twitterinlägg som handlar om ett visst ämne. Till exempel skickas jobbannonser ut på Twitter märkta med #nyttjobb, journalister använder #jourtips för att få hjälp och #svpol används för diskussioner om svensk politik. Det blir också allt vanligare att konferensdeltagare samlar sina meddelanden under en gemensam etikett. Börjar någon av de personer du följer att skicka intressanta inlägg som dessutom är märkta med en etikett, titta vilka andra personer som använder den.

Det finns också tjänster som fungerar ►



När man skapat ett nytt konto på Twitter kommer man till en sida med förslag på personer att följa. Det kan vara en bra startpunkt, men det finns bättre sätt att hitta intressanta människor som använder tjänsten.



Twitters listor är ett effektivt sätt att hantera flödet så snart du börjat följa många personer. Listor som följs av ett hänglås är privata och kan bara ses av dig. De listor som saknar hänglås är offentliga och dessa kan också andra användare följa.

► som telefonkataloger över världens twitteranvändare. Sulia⁴ och Wefollow⁵ är två exempel.

Har man väl hittat några intressanta personer att följa är nästa steg att bläddra runt bland personerna som de i sin tur följer. Har du hittat någon som twittrar om sådant som intresserar dig är sannolikheten stor att de i sin tur följer fler personer som är relevanta att följa för just dig. Kom också ihåg att Twitter inte är Facebook: På Twitter är det inte konstigt att följa personer som inte vet vem du är.

Hantera twitterflödet

Det ska sägas med en gång: Twitters webbplats är inte det bästa alternativet för att använda tjänsten. Du kommer få ut betydligt mer av tjänsten om du använder något av alla de Twitterprogram som finns. Bättre överblick och fler smarta funktioner är två vinster med att lämna twitter.com. Bra alternativ är bland andra Tweetdeck⁶, som finns för Windows och Mac samt iPhone och Android, eller Twitters⁷ egna program för samma plattformar, Windows undantaget.

Blir du en aktiv twitteranvändare kommer antalet personer du följer snabbt att växa, och med det kommer känslan av att inte hinna med att växa ännu snabbare. ►



Hey Anders! Here's your daily summary with the top 10 stories! [View this in your browser.](#)

● Your 2010 Federal Taxpayer Receipt

WHITEHOUSE.GOV - In his State of the Union Address, President Obama promised that this year, for the first time ever, American taxpayers would be able to go online and see exactly how their federal tax dollars are spent. Just enter a few...

April 15 at 15:01 - Share on [Facebook](#) · [Twitter](#) · [Google Reader](#)



@nickbilton

RT @anildash: Really interesting move from @WhiteHouse at tax time: A receipt for how your money is spent. <http://t.co/GDeRkbU>



@EmilStenstrom



@tdhse



@rsms



@stevenbjohnson

78 tweets 39 likes 70 shares 22 comments

● 11 charged in US crackdown on online poker

GOOGLE.COM - 11 charged in US crackdown on online poker By Chris Lefkow (AFP) – 2 hours ago WASHINGTON — Eleven people have been charged with bank fraud, money laundering, illegal gambling and other offenses in a crackdown on the three largest online poker...

April 15 at 21:04 - Share on [Facebook](#) · [Twitter](#) · [Google Reader](#)



@perhellqvist

@blisk Kolla <http://bit.ly/eyTEfh>



@blisk



@magnus_s



@AndersOlofsson

18 tweets 10 shares 8 comments

Summify ställer samman de populäraste länkarna i ditt twitterflöde och skickar ett dagligt mejl med dem.

- Inte helt olikt situationen med ett stort antal RSS-prenumerationer. Du kommer också att undra hur personer som följer tusentals personer gör för att hänga med i flödet. Svaret är givetvis att de inte gör det. Inte om man med ”hänger med” menar att de läser allt som skrivs. Sannolikt har de istället börjat använda Twitters funktion för listor.

Listorna är ett sätt att gruppera twitterkontona du följer. På samma sätt som det kan vara bra att sortera RSS-prenumerationerna efter prioritetsordning (se kapitel 3) kan det vara en bra idé att göra det med personerna du följer på Twitter. Efter ett tag kommer du märka att vissa personer postar intressanta inlägg och länkar oftare än andra. Samla då de personerna i en egen lista. När du varit borta från Twitter ett tag går det inte att läsa ikapp allt som skrivits sedan sist. Men en snabbtitt i listan med dina favoritkällor gör att du inte kommer att ha missat allt av intresse.

Ett annat verktyg som kan vara till stor hjälp är Summify⁸. En av de stora behållningarna med Twitter är alla länkar till intressanta webbsidor som postas varje dag. Summify hjälper till genom att sammanställa vilka de populäraste länkarna är och skickar dig ett dagligt mejl med dem. Finessen är att mejlet från Summify inte

innehåller de länkar som är populärast på Twitter överlag. Istället tittar Summify på länkarna som just de personer du följer har postat. Sammanställningen som Summify gör är helt kvantitativ, mest länkat i ditt flöde åker upp i topp. Någon garanti för att topplistan innehåller sådant du intresserar dig för finns därmed inte. Men eftersom sammanställningen baserar sig på länkar som de personer som du valt att följa på Twitter postar är sannolikheten stor för att åtminstone några av länkarna ska väcka ditt intresse varje dag. ●

Referenser

1. <http://search.twitter.com>
2. <http://www.google.com/realtime>
3. <http://www.twingly.com/microblogsearch>
4. <http://www.sulia.com>
5. <http://www.wefollow.com>
6. <http://www.tweetdeck.com>
7. <http://www.twitter.com/download>
8. <http://www.summify.com>

05 Koll på Facebook

Till skillnad från den öppna webben och det mesta av vad som skrivs på Twitter är Facebook betydligt mer stängt. Varje användare kan själv välja om nya inlägg och bilder ska vara tillgängliga för vem som helst, och därmed också sökbara, eller bara tillgängliga för vännerna. Några officiella uppgifter på hur mycket innehåll hos Facebook som är helt öppet för vem som helst att läsa och titta på finns inte.

Facebook har funktioner för att söka i de offentliga delarna av innehållet, och det finns några gratistjänster som bygger vidare på den möjligheten. Youropenbook¹ är ett exempel, vars syfte är att göra Facebookanvändare medvetna om att ett konto utan "rätt" integritetsinställningar inte är så privat som många kanske tror. Den som matar in ett sökord på Youropenbook letar igenom de delar av Facebook som är öppna för allmänheten och får upp de senaste träffarna. Ett annat alternativ för Facebook är Googles realtidssök².

Det går också att använda Facebooks egen sökfunktion direkt och begränsa vilken typ av innehåll man är intresserad av. Använder man sökrutan på www.facebook.com sker sökningen i allt publikt innehåll på Facebook. Men den som vill begränsa sökningarna till en specifik typ av innehåll kan göra det. I webbläsarens adressfält skriver man in:

<https://www.facebook.com/search.php?q=ord&type=typ>

"Ord" byter du ut mot din sökterm, "typ" mot ett kommando som talar om för sökfunktionen vad du är intresserad av:

- "eposts" för statusuppdateringar
- "events" för kalendariehändelser
- "users" för användare
- "pages" för sidor
- "groups" för grupper.

Hos flera av de kommersiella tjänsterna på nätet finns också möjligheten att bevaka ►

- Facebook. Skillnaden mot Youropenbook är att sökningen sker kontinuerligt, vilket gör det möjligt att i efterhand titta igenom statusuppdateringar och andra inlägg som matchar sökningen. Precis som med Twitter tillhandahåller de kommersiella tjänsterna också statistik från Facebook, bland annat över hur ofta ett visst sökord används. Däremot finns ingen skillnad i rådata mellan gratislösningarna som Youropenbook och de tjänster som kostar pengar. Också de kommersiella tjänsterna är begränsade till det innehåll på Facebook som uttryckligen är tillgängligt för vem som helst. ●

Referenser

1. <http://youropenbook.org/>
2. <http://www.google.com/realtime>

06

Fler bevakningstips

Glöm inte människorna!

Våren 2011 ställde IBM upp i Jeopardy. Med en superdator. Watson, som datorn döpts till, mötte och besegrade två amerikanska stormästare. Segern visar att kraftfulla datorer kan förstå mänskligt språk på ett sätt som inte var möjligt för bara några år sedan. Ge den tekniska utvecklingen ytterligare några år, och förståelsen för mänskligt språk kommer öppna för nya, bättre och smartare bevakningslösningar.

Med de tekniska lösningar som finns till hands idag – RSS, söktjänster och annat – går det att göra informationsflödet mer hanterbart. Men att det ännu inte finns färdiga lösningar som kan förstå att en text handlar om flugfiske även om ordet inte uttryckligen nämns gör helt teknikbaserad bevakning begränsad.

Den som vill höja kvaliteten på sin omvärldsbevakning några snäpp ser därför till att ta hjälp av andra människor, en nätbaserad variant av lunchdiskussioner-

na på jobbet. Delvis är det vad bland annat Twitter handlar om, användare med gemensamma intressen som tipsar varandra om bra länkar eller diskuterar nyheterna och utvecklingen i sin nisch.

Så ta hjälp av dina vänner och kollegor. Tala om för dem att du just nu är på jakt efter information om x, y eller z. Be dem hålla ögonen öppna och skicka ett mejl om de ser ditt företag nämnt någonstans på nätet. I ett företag kan kanske en intern mikroblogg som Yammer¹ eller en egen wiki vara två sätt att dela med sig av det ni hittar. Var och en kan sköta sin egen omvärldsbevakning med de verktyg för RSS, Twitter och Facebook som presenterats i de tidigare kapitlen. Sen använder ni Yammer för att skicka det viktigaste och bästa vidare till arbetskamraterna.

Länge har det pratats om att de anställda ska vara bra ambassadörer för företaget där de jobbar. Med det menar man oftast att de gärna får prata sig varma för företagets produkter och tjänster, att de ska hålla ögon och öron öppna efter potentiella kunder och affärer.

Men med rätt lösningar kan personalen också vara en bra returkanal för åsikter från kunderna. Inte minst för att fånga upp vad som sägs i sociala medier. ►

► **Tiden kommer inte att räcka till**

Oavsett hur duktig du är på att ställa in dina filter kommer du troligen uppleva att tiden inte räcker till för att hantera allt som de sällar fram åt dig. Om Nicholas Carr har rätt kommer de tvärt om att förvärra situationen, när en allt större del av länkarna och artiklarna som når

fram till dig är sådant som du direkt ser är intressant och relevant. Det här är något som du, åtminstone tills dess att teknikutvecklingen har tagit nästa kliv, måste förlika dig med. Acceptera att det inte går att läsa varje meddelande som de du följer postar på Twitter, att det inte går att läsa varje artikel som hamnar i din RSS-läsare.

Men gör vad du kan för att nyttja tekniken på bästa möjliga sätt.

Att sortera inflödet efter prioritet är ett bra sätt. Oavsett om det handlar om RSS-flöden eller personer du följer på Twitter kommer du efter ett tag upptäcka att vissa är bättre än andra på att leverera sådant som intresserar just dig. Placera de källorna i en mapp och ha som ambition att hinna igenom åtminstone den någorlunda regelbundet.

Ett annat sätt att ta kommandot är att inte låta informationsflödet styra hur lång tid du ägnar dig åt RSS-prenumerationer

”Deras förstasida på nätet är inte längre den egna webbplatsen, utan den sida som hamnar överst i träfflistan”

och Twitter. Börja istället med att bestämma hur mycket tid du har innan det är dags att ägna sig åt annat. Ge RSS-läsaren femton minuter på morgonen och femton minuter efter lunch. Börja med mappen som innehåller dina viktigaste källor. Läs det du hinner. Det som verkar intressant men för långt för att ta sig an just då skriver du ut på papper. Eller ännu hellre, sparar till Instapaper² eller Read It Later³. Read It Later och Instapaper är två nätbaserade tjänster som gör att läsa-högen digital och låter den flytta in i mobiltelefon, pekdator eller dator. I webbläsaren lägger du till en knapp för den av tjänsterna du väljer att använda. När du snubblar över något som ser intressant ut, men som du inte hinner med just då, klickar du på knappen. Artikeln kopieras då till Insta-

paper eller Read It Later och läggs där på toppen av din digitala att läsa-hög. När tid finns kan du sedan gå igenom högen och läsa ikapp, oavsett om du för tillfället sitter vid datorn eller har en mobiltelefon eller pekdator inom räckhåll.

Omvärldsbevaka på rätt avdelning

I en större organisation handlar frågan om omvärldsbevakning inte bara om hur, utan också av vem. Vilken avdelning som ska sköta omvärldsbevakningen beror på syftet med den. Informationsavdelningen, om en sådan finns, kan ligga nära till hands. Men på ett företag som vänder sig till slutkonsumenter kan åtminstone delar av omvärldsbevakningen skötas av kundtjänst, så att de snabbt kan svara på frågor och reagera på negativa blogginlägg.

För företag och organisationer finns det också andra faktorer att förhålla sig till. Deras förstasida på nätet är inte längre den egna webbplatsen, utan den sida som hamnar överst i träfflistan när någon söker på företagets namn i Google eller andra sökmotorer. Att hålla koll på vad som ligger där, och bemöta eventuell kritik på ett sakligt och korrekt sätt, blir ett sätt att ge ett gott första intryck. Att dessutom kunna lyssna på hur företaget omnämns i sociala medier kan bland annat vara ett

alternativ till dyra fokusgrupper. Diskussioner på Facebook och Twitter kan bli ett enkelt sätt att få reda på vad som är bra och dåligt med företagets produkter eller tjänster.

Steget från gratistjänst till betaltjänst

Vid det här laget bör det vara uppenbart att det går att komma väldigt långt med de gratistjänster som finns på nätet. Tack vare att så många webbplatser använder RSS för att skicka ut de senaste rubrikerna eller sökträffarna kan en RSS-läsare bli ett väldigt effektivt nav för att hålla sig uppdaterad eller för att hålla koll på hur företaget omnämns i sociala medier.

Men det finns också kommersiella lösningar, som kostar allt från några hundralappar till tusentals kronor i månaden. I jämförelse med gratislösningen erbjuder de här tjänsterna flera fördelar:

→ **Överblick.** Många av de kommersiella lösningar som finns på marknaden ger användaren en överblick i form av en startpanel, en helikoptervy över informationen som tjänsten fångat upp och sammanställt.

→ **Bred källbevakning.** Många av de kommersiella tjänsterna bevakar inte bara vad som skrivs i bloggar, Twitter, i tra- ►

► ditionella medier och på webben i stort. De bevakar också de öppna delarna av Facebook, vilka annars kräver manuella sökningar. Det är inte heller ovanligt att de kommersiella tjänsterna har obegränsad tillgång till det fulla flödet hos Twitter, vilket kan vara av intresse för företag som verkligen vill kunna reagera direkt på negativa kundomdömen utan fördröjning.

→ **Smartare sortering.** Google Reader har funktionen "Sort by magic". Postrank erbjuder en annan gratislösning för att få hjälp att hitta de mest läsvärda texterna bland RSS-prenumerationerna. Men de kommersiella tjänsterna erbjuder ytterligare alternativ för att sortera fram de viktigaste inläggen. Ett sätt som några av dem använder är Twinglys bloggrank. Det är en parameter som Twingly tar fram för alla bloggar som företaget indexerar i sin sökmotor. Inflytelserika bloggar har hög rank, mindre bloggar låg rank. För företag är det här information som kan vara värdefull: Det kan vara viktigare att snabbt reagera på ett negativt blogginlägg på en stor och betydelsefull blogg jämfört med en mindre blogg som få personer läser. En annan fördel med de kommersiella tjänsterna är att de kan flagga upp

för äldre inlägg som plötsligt får stor spridning. Det kan ta ett tag innan ett blogginlägg eller en film på Youtube börjar snurra runt i sociala medier, och genom att hålla kontinuerlig koll på vad det "snackas" om på nätet fångar tjänsterna upp också äldre innehåll. Gratislösningen Summify fungerar på ett liknande sätt, men bara för de länkar som dina kontakter postar på Twitter och Facebook.

→ **Statistik.** Kurvor som visar hur många gånger ett företag omnämns på Twitter eller i bloggar kan hjälpa informationsavdelningen eller kundtjänst att reagera när något som avviker från det normala inträffar. Har man följt vad som skrivs om företaget under en tid så vet man att det är ungefär 50 inlägg om dagen. Några är negativa, andra är positiva – men det finns ingen anledning att läsa alla i detalj. Om antalet inlägg plötsligt sticker iväg till 100, 200 eller 1 000 kan det däremot finnas anledning att göra en djupdykning för att ta reda på vad som händer.

→ **Sentimentanalys.** Det finns redan tekniska lösningar som låter en dator avgöra om en text i huvudsak är positiv eller negativ. Precis som med den rent kvantitativa statistiken över antalet inlägg

kan avvikelser från det normala vara av intresse. Om det plötsligt är väldigt många blogginlägg som är negativa eller positiva kan det finnas anledning att ta reda på vad det är som nätets användare reagerar på.

→ **Hjälp.** En nog så viktig aspekt med de kommersiella tjänsterna är att de ofta också innehåller support. Att formulera relevanta sökbegrepp som varken ger för få eller för många träffar varje dygn är inte helt trivialt. Detta kan de kommersiella tjänsternas anställda hjälpa till med.

På webbplatsen Mediebevakare⁴ finns en sammanställning med ett stort antal av de kommersiella lösningar som säljs i Sverige, med beskrivningar av vad de erbjuder och länkar till dem. Viktigt att tänka på är att verktygen ibland är specialiserade på olika saker. Det är därmed inte säkert att de är direkt jämförbara för ett enskilt företags behov. En annan sammanställning av tjänster finns på wiki.kenburbary.com. ●

Referenser

1. <http://www.yammer.com>
 2. <http://www.instapaper.com>
 3. <http://www.readitlaterlist.com>
 4. <http://www.mediebevakare.se>
-

07

Så blir filtren bättre med ny teknik

En enkel sökning på Google åskådliggör en del av informationsproblemet. Sökresultaten räknas inte sällan i hundratusentals länkar. Förhoppningsvis är någon av dem som ligger i topp relevant, men ofta får man successivt komplettera med ytterligare söktermer innan träfflistan innehåller det man faktiskt letar efter. Andra möjligheter att finjustera sökresultatet finns också, bland annat genom att begränsa sökningen till vissa språk eller webbplatser eller i tid.

Men det här är fortfarande tämligen grovmaskiga justeringar.

Både Google och Bing har som ambition att sökresultaten ska bli mer personliga. Informationstillväxten må vara väldigt kraftig, men bara en liten del av de data som finns tillgänglig är relevant för en enskild person. Därför lägger tjänsteleverantörerna till nya lösningar som inte bara tar hänsyn till hur de olika informationsbitarna förhåller sig till varandra utan

också till vem det är som gör sökningen. I rankingen av webbplatserna är länkar en viktigt signal som sökmotorerna använder sig av. Många länkar till en webbplats antyder att den är viktig. Och om en viktig webbplats länkar vidare till en annan som inte har så många inlänkar kan det fungera som en indikation på att den sajten ändå har hög relevans, bara det att inte så många andra har upptäckt det ännu.

Med den här länkinformationen som utgångspunkt går det att bygga en topplista från en generell utgångspunkt. Men genom att bland annat ta hänsyn till vilka länkar den enskilda användaren tidigare klickat på och andra signaler går det att skruva på resultatlistan så att den blir mer relevant.

Liknande ambitioner finns hos fler företag. När nyhetsflödet hos Facebook exploderade införde det sociala nätverket något som kallas för EdgeRank. Varje objekt hos Facebook, en statusuppdatering, ►

► ett fotografi, en filmsnutt, rankas på samma sätt som länkarna hos Google. Hos Facebook är signalerna som används bland annat hur många som kommenterat eller klickat på "Like"-knappen och hur ofta du brukar kommentera på andra användares statusuppdateringar. Men mycket tyder på att Facebook jobbar på nya lösningar som tar den personliga anpassningen ytterligare några steg framåt. Facebook har bland annat patent på en teknik för "kurerat sök"¹ vilket innebär att sökningar som dina vänner gjort och hur de reagerat på sökresultaten vägs in i dina sökningar.

I takt med att datorer får bättre förmåga att förstå mänskligt språk öppnas också nya möjligheter. Våren 2011 ställde en dator för första gången upp i Jeopardy. IBM:s Watson mötte två före detta amerikanska stormästare, Ken Jennings och Brad Rutter. För IBM blev pr-jippet en stor framgång. Watson stod som segrare efter att ha spelat ihop 77 147 dollar. De mänskliga deltagarna stannade på 24 000 respektive 21 600 dollar.

För att utveckla en dator som kunde ställa upp i Jeopardy krävdes att IBM:s forskare lyckades med utmaningen att

få datorer att verkligen förstå mänskligt språk. I Jeopardy räcker det inte att kunna mycket, deltagarna måste också förstå vad programledaren frågar efter.

Datorer älskar siffror och komplicerade uträkningar. Bokstäver, ord och aldrig så enkla meningar har de betydligt svårare

"I Jeopardy räcker det inte att kunna mycket, deltagarna måste också förstå vad programledaren frågar efter."

för. Förklaringen är att matematik följer väldefinierade regler där de matematiska uttrycken är entydiga. Vad ett ord betyder beror ibland på sammanhanget som det används i. Banan kan vara en frukt, eller en bana för bilar. Vi använder oss flitigt av metaforer och synonymmer. Pronomen kan ibland syfta flera meningar bakåt i en text. Den som läser "hon gick in i huset igen" måste komma ihåg att det var Ebba och Arvid som i kapitlets början kom ut genom ytterdörren och dessutom veta att Ebba är den av de två som är flicka.

Watsons framgångar i Jeopardy visar att utvecklingen har kommit väldigt långt

inom det här området. Och för IBM handlar det inte bara om ett pr-jippo. Företaget har gott om idéer för hur kärnteknologierna ska kunna användas i kommersiella lösningar.

Kan en dator i någon mening förstå vad en text handlar om, då kan den också hitta andra texter som handlar om ungefär samma sak. Det innebär att sökningar kan gå från att handla om att matchning ord för ord – innehåller text A ordet "fotboll" så handlar den kanske om samma sak som text B som också innehåller ordet "fotboll". Istället kan datorn förstå att text C också handlar om fotboll eftersom "IFK Göteborg" är ett välkänt fotbollslag.

Med den här kompetensen, att förstå vad texter handlar om, kommer datorer i framtiden bli bättre än idag på att filtrera fram information som intresserar den enskilda användaren. För att lyckas med det krävs också någon form av feedback-system, där användaren i små steg talar om för datorn vilken typ av texter som han eller hon är intresserad av.

Med språkförståelse får datorerna också kompetens att avgöra om en text är skriven med en negativ eller positiv ton. Redan idag finns det kommersiella lösningar för detta, något som på engelska kallas för "sentiment analysis". Men i takt med att

tekniken utvecklas vidare kommer de här funktionerna att förbättras.

Återkoppling lär tekniken om dig

Med feedback-mekanismer, lösningar för att låta användarna på olika sätt ge återkoppling till datorn, blir program och tjänster bättre på att anpassa sig till olika användare. Utgångspunkten är enkel: Genom att tala om för datorn vad du som användare är intresserad av får den veta mer om dig, och kan successivt anpassa sig till just dig. Redan börjar de första lösningarna som fungerar på det sättet dyka upp. Ett exempel är Zite, ett program till iPad.

Zite skapar ett "personligt magasin" genom att hämta in information från massor av källor på nätet, gå igenom innehållet och sätta ihop en artikelmix anpassad efter den enskilda användaren. När han eller hon sedan läser artiklarna kommer Zite få återkoppling på urvalet på flera olika sätt. Att användaren alls väljer att klicka på en rubrik istället för att bara bläddra förbi den är en liten signal om att det i den texten fanns något som intresserade. Väljer användaren efter att ha läst artikeln att skicka den vidare med e-post eller tipsa om den på Facebook är det ytterligare sublima signaler om att han eller hon gillade den. Och sen finns dessutom ►

- en tumme upp och en tumme ner där användaren kan trycka för att i klartext uttrycka sin åsikt om artikeln. Tillsammans blir allt detta en samling data som Zite kan använda för att finjustera urvalet nästa gång programmet startas.

I Malmö finns Saplo, vars grundteknik låter datorer förstå text på ungefär samma sätt som vi människor. Saplo har flera idéer om hur tekniken kan användas, och en av dem handlar om informationsfiltrering. Demonstrationen Saplo Stream² kopplas till användarens Twitterkonto. Alla länkar som användaren tipsar om på Twitter analyseras, med utgångspunkten att sådant som användaren tipsar andra om är sådant som också intresserar honom eller henne. När Saplo Stream på det sättet lärt sig om användarens intressen kan tekniken gå igenom andra texter som det tipsas om på Twitter och välja ut sådana som troligen passar.

Google har byggt in liknande funktioner i företagets mejltjänst Gmejl. Sommaren 2010 introducerades Priority Inbox, en teknik som automatiskt sorterar mejlen som kommer till inkorgen. Lösningen fungerar som ett omvänt spamfilter. Istället för att sortera bort det som användaren inte är intresserad av, fokuserar Priority Inbox på det som är viktigast. Till sin

hjälp har funktionen många olika signaler. Bland annat utgår tekniken från att personer som användaren ofta mejlar till och får mejl från är viktiga. För att hjälpa automatiken på traven finns dessutom möjligheten att manuellt markera vissa saker som viktiga, och eller inte viktiga om Priority Inbox gjort ett felaktigt antagande.

Ditt sociala nätverk in i träfflistan

Vem du är definieras av dina intressen, men också av vilka vänner och bekanta du har. Och precis som ett datorsystem kan använda kunskap om dina intressen för att föreslå länkar kan samlad information från ditt kontaktnät användas på samma sätt. Google har börjat experimentera med något som företaget kallar för "social search"³, där man bland annat hämtar in information från användarens konto på Twitter och RSS-prenumerationer i Google Reader till sökresultaten. Microsoft har börjat använda signaler från Facebook i sökresultaten på Bing⁴. Länkar som vänner klickat "Like" på märks ut i resultatlistan, tillsammans med länkar som många andra Facebookanvändare också valt att gilla. ●

Referenser

1. <http://www.bnet.com/blog/technology-business/new-facebook-patent-the-huge-implications-of-curated-search-update/9274>
2. <http://stream.saplo.com>
3. <http://googlesystem.blogspot.com/2009/10/google-social-search.html>
4. http://www.bing.com/community/site_blogs/b/search/archive/2011/05/16/news-announcement-may-17.aspx

08

Finns det baksidor med personliga filter?

Nicholas Carr väcker i sitt blogginlägg "Situational overload and ambient overload"¹ frågan om hur mycket effektivare vi blir med bättre filter. Han menar att de riskerar att förstärka känslan av informationsstress. Bra filter kommer sålla fram mer relevant information och högen med sådant som du måste eller borde läsa kommer växa ännu mer.

Hans resonemang har en del gemensamt med de som Eli Pariser för i boken "The Filter Bubble", utgiven i maj 2011. Eli Pariser argumenterar också för att det finns risker med för effektiva filter. Delvis handlar det om den personliga integriteten, eftersom filtren måste veta en hel del om oss för att kunna fungera. Men hans farhågor handlar också om den information som filtren gallrar fram, att de riskerar att fungera som effektiva skygglappar. Vi kommer att få teknikens hjälp att bara fokusera på det som ligger precis inom vår intressesfär medan allt annat sorteras bort.

Han exemplifierar med två vänner som han bad söka efter BP på Google, strax efter den stora oljekatastrofen i Mexikanska Golfen. Resultatet visar tydligt hur Googles personliga sökresultat fungerar – och i förlängningen hur de påverkar vår bild av vår omvärld.

Den ena vännen fick en resultatlista som dominerades av information om olyckan. Den andra vännen fick bara länkar till finansiell information om BP. Det enda hon såg av olyckan var en annons från BP.

Nu var BP-katastrofen av sådan omfattning att det knappast gick att missa att den hade inträffat. Men Eli Pariser funderar vidare på vilka konsekvenser de personliga sökresultaten kommer att få: "En forskare som söker på 'stamceller' kommer få helt andra träffar än den aktivist som är emot den vetenskapliga utvecklingen. 'Bevis på klimatförändringar' kommer ge olika resultat beroende på om ►

- du är miljöaktivist eller chef på ett oljeföretag. I allt större utsträckning blir din datorskärm en spegel som reflekterar dina befintliga intressen.”

Men tjänsterna på nätet måste inte följa den utvecklingslinje som Carr och Pariser förutspår. Förutsatt att företagen som utvecklar tjänsterna är medvetna om problemen och vill göra något åt dem finns givetvis förutsättningar att hantera dem. Också i en hög med texter och filmer som intresserar dig finns något som är extra intressant. De mest framgångsrika filtren kommer bli de som är bäst på att hitta det som intresserar dig, men som samtidigt låter dig upptäcka sånt som ligger utanför ditt absoluta intresseområde och låter de riktigt stora och viktiga nyheterna slå igenom.

Men det finns också skillnader mellan Carrs och Parisers resonemang. I Carrs fall handlar det främst om kvantitativa problem, medan Pariser varnar för en kvalitativ risk. Att filtren fallerar på det sätt som Carr förutspår kommer användarna märka direkt, eftersom urvalet kommer att bli för stort. Att filtren däremot gör för snäva urval är inte lika enkelt att upptäcka. Problemet förstärks dessutom av att vi som användare har liten, ofta ingen, insyn i hur filtren fungerar och att vi inte kan veta vad de väljer bort.

För att minska risken med för smalt urval kan du som användare ta ett aktivt kliv ut ur din filterbubbla, till exempel genom att använda fler än en tjänst för din guide och söka efter källor som går på tvärs med dina egna åsikter. Kanske är det också dags att införa begreppet ’filterkritik’ som komplement till ’källkritik’, att börja fundera på vad det är som är utvalt – och vad som kan vara bortsorterat.

Samtidigt får man inte heller glömma bort att filtren faktiskt också fyller en väldigt viktig funktion, och har utvecklats eftersom de behövs. Ingen skulle idag drömma om att använda nätet utan sökmotorer och andra tjänster som leder vägen. ●

Referenser

1. Läs Nicholas Carrs resonemang på:
[http://www.rough.type.com/
archives/2011/03/situational_ove.php](http://www.rough.type.com/archives/2011/03/situational_ove.php)



Appendix: Tjänster och program

Det som följer är ett urval av tjänster och program som kan hjälpa dig att hålla koll på dina intresseområden på nätet.

Lösningar för RSS

→ **Google Reader**

(www.google.com/reader)

Googles gratistjänst för RSS-prenumerationer.

→ **Feedly**

(www.feedly.com)

Feedly ger Google Reader ett snyggare utseende men framför allt nya funktioner för att sortera innehållet i prenumerationerna. Resultatet är bättre överblick över RSS-prenumerationerna. Feedly är både ett program för iPad, iPhone och Android-prylar och ett tillägg till webbläsare som Chrome och Firefox.

→ **Reeder**

(www.reederapp.com)

RSS-läsare för Mac, iPhone och iPad som presenterar prenumerationerna

i Google Reader på ett mer tilltalande sätt.

→ **FeedException**

(www.feedException.com)

RSS-läsare till Windows. Går att använda utan koppling till Google Reader för de som vill. En bra funktion är möjligheten att göra nyckelordssökningar i prenumerationerna. Så snart ett inlägg matchar din sökterm ser du det.

→ **Netnewswire**

(www.netnewswire.com)

RSS-läsare till Mac. Precis som FeedException möjlig att använda utan koppling till Google Reader.

→ **Postrank**

(<http://labs.postrank.com/>)

Företaget Postrank samlar in statistik om bland annat blogginlägg och rankar deras popularitet. Med ett tillägg för Google Reader går den informationen att använda för att vaska fram de populäraste inläggen i dina prenumerationer. ►



→ **Fever**

(www.feedafever.com)

En lite annorlunda RSS-läsare som kräver att användaren har en egen webserver där den installeras. När Fever är fylld med prenumerationer letar den fram de populäraste länkarna som förekommer i källornas flöden och skapar en topplista av dem. Sidan som flest länkar hamnar då i topp. På så vis är Fever ett sätt att snabbt hitta "snackisarna" i RSS-flödena som du prenumererar på.

Lösningar för Twitter

→ **Summify**

(www.summify.com)

Samlar in länkarna som de du följer på Twitter postar och sammanställer en daglig topplista över de populäraste i ett mejl.

→ **Tweetdeck**

(www.tweetdeck.com)

Twitterprogram som är ett bra alternativ för den som vill hålla koll. I Tweetdeck går det att spara sökningar och visa dem som separata flöden, i egna kolumner.

→ **Sulia**

(www.sulia.com)

En "twitterkatalog" där det går att hitta intressanta personer att följa.

→ **Followerwonk**

(www.followerwonk.com)

Söktjänst för att hitta personer på Twitter.

Söktjänster

→ **Google Alerts**

(www.google.com/alerts)

En bevakningstjänst där du kan "spara" sökningar och få mejl eller uppdateringar via RSS när Google hittar nya träffar. Tjänsten är inte hundra procentig och det kan också dröja ett tag från det att en sida med nyckelordet läggs upp på nätet tills dess att Google Alerts uppmärksammar dig på det.

→ **Google News** (www.google.com/news)

Googles tjänst för sökningar i traditionella medier. Finns också i en svensk version på www.google.se/news

→ **Bing News** (www.bing.com/news)

Microsofts motsvarighet till Google News. Saknar än så länge svensk variant.

→ **Twingly**

(www.twingly.com)

Svensk sökmotor för bloggar och mikroblogger.

→ **Google Blogsearch**

(www.google.com/blogsearch)

Googles motsvarighet till Twingly.

- **Google Realtime**
(www.google.com/realtime)
Google-tjänst för sökningar i realtids-medier som Twitter.
- **Social Mention**
(www.socialmention.com)
Sökmotor för realtidswebben.

Hos flera av de här söktjänsterna finns möjligheten att prenumerera på sökresultat, så att ett mail eller en ny rubrik i RSS-läsaren dyker upp.

Diverse

- **Google Trend**
(www.google.com/trends)
Tjänst för att jämföra hur populära olika sökbegrepp är hos Google.
- **Zite**
(www.zite.com)
iPad-app som hämtar in blogginlägg och artiklar från webben och successivt lär sig vilken typ av texter du är intresserad av att läsa.
- **Read It Later**
(www.readitlaterlist.com)
En kombination av webbtjänst och program för mobiltelefoner. Intressanta texter man upptäcker på webben men inte hinner läsa sparas till Read It Later och kan sedan läsas vid dator

eller i mobiltelefon när tiden infinner sig.

- **Instapaper**
(www.instapaper.com)
Ett alternativ till Read It Later.

Kommersiella tjänster

- **Aitellu** (www.aitellu.com)
- **Brandwatch** (www.brandwatch.com)
- **Infopaq** (www.infopaq.se)
- **Lissly** (www.lissly.com)
- **Meltwater** (www.meltwater.com)
- **Nobicon** (www.nobicon.se)
- **Notified** (www.notified.com)
- **Radian6** (www.radian6.com)
- **Retriever** (www.retriever.se)
- **Silobreaker** (www.silobreaker.se)
- **Silverbakk** (www.silverbakk.com)
- **Socialagent** (www.socialagent.se)
- **Spinpro** (www.spinpro.se)

En uppdaterad lista med kommersiella tjänster och mer information om dem finns på www.mediebevakare.se. En annan samling tjänster finns på: wiki.kenburbary.com. ●



Om författaren

Anders Thoresson är journalist som under drygt tio år bevakat utvecklingen inom IT och telekom. Han har tidigare jobbat på Ny Teknik, men är idag frilans. Hösten 2010 skrev han Internetguiden "Identifierad och igenkänd", om elektroniska legitimationer på nätet.

Adressen till hans webbplats är <http://anders.thoresson.net>. Han kan också nås med e-post på anders@thoresson.net. ●

.SE:s Internetguider är gratis. Beställ eller läs dem online:

www.iis.se/guider.

De tre senast utgivna:

Unga och Internet

Här serverar vi ett diskussionsmaterial för vuxna om ung, digital kommunikation. Guiden är perfekt för dig som är lärare eller förälder eftersom den tar upp ett antal vanliga scenarier som kan inträffa på skolan, i hemmet eller i kompiskretsen. Till varje fallbeskrivning hör ett antal frågeställningar och reflektioner från vår expertpanel.

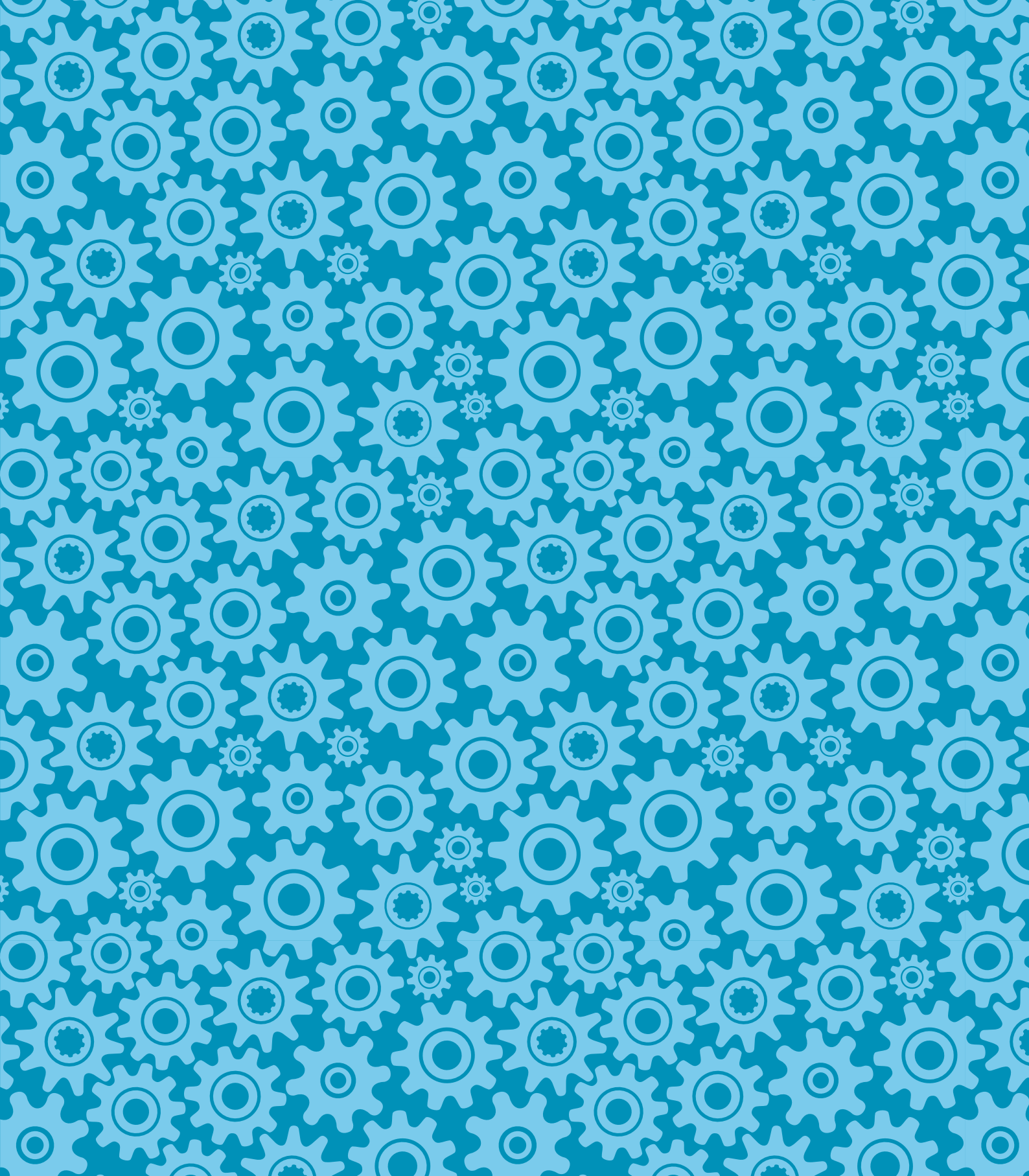
Styrningen av Internet

Vem styr egentligen Internet? Det korta svaret på den frågan är att ingen ensam gör det, fast det finns många intresserade. Styrningen av Internet sker i en komplex, global process med en lång rad, ofta rivaliserande, aktörer som representerar den politiska sfären, affärsvärlden och civilsamhället.

Igenkänd och identifierad

I den fysiska världen ställer frågor om identitet sällan till några större problem. Det finns ett antal allmänt accepterade sätt att bevisa vem man är. På nätet är det annorlunda. I den digitala världen saknas en universell legitimation. Men ny teknik är på gång. Den här Internetguiden handlar om elektroniska legitimationer och presenterar en del av den tekniska utveckling som pågår på området.





.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) vill på olika sätt främja en positiv utveckling av Internet i Sverige. En av våra viktigaste målsättningar är att alla ska kunna ta tillvara på nätets möjligheter. Därför publicerar vi lärorika Internetguider inom olika spännande ämnen. Det finns praktiska guider för dig som vill börja blogga, teknikguider för dig som undrar hur mejlen du skickar når fram till rätt mottagare och guider som förklarar vem som egentligen bestämmer på nätet.

.SE:s Internetguider är gratis. Beställ eller läs dem online: www.iis.se/guider

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)
Box 7399, 103 91 Stockholm
Tel 08-452 35 00, Fax 08-452 35 02
Org. nr 802405-0190, www.iis.se



.se
Vi driver Internet framåt

