

# Digital omtanke

Per Axbom



# Innehåll

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Behovet av digital omtanke         | 5  |
| Så skadar vi med digitala tjänster | 15 |
| Styrkan i att erkänna svagheter    | 23 |
| Ansvar stärker konkurrenskraften   | 29 |
| Därför fattar du dåliga beslut     | 37 |
| Effektiv skadegörelse              | 43 |
| Önskvärd friktion                  | 47 |
| Första, andra och tredje led       | 55 |
| Lyssna efter påverkan              | 59 |
| Hitta den försummade storyn        | 63 |
| Den inkluderande pandan            | 67 |
| Så kan du värdera påverkan         | 73 |
| Förstärk din röst                  | 79 |
| Checklista för digital omtanke     | 85 |
| Din resa börjar nu                 | 88 |
| Lästips                            | 92 |
| Om författaren                     | 95 |

## När människor far illa

Det pågår ett massivt experiment kring hur människor reagerar på digitala stimuli. Det sker när den digitala yrkeskåren försöker skapa värde för organisationer genom att utöva sin makt över människorna som använder tjänsterna.

Annonser visas, påminnelser skickas, knappar byter färg och placering, ord optimeras för att trigga känslor, priser presenteras strategiskt och mycket av det vi gör sparas som digitala fingeravtryck och underlag för merförsäljning. Allt det här sker i ett skimmer av vetenskap och att lära sig mer om hur människor fungerar, men egentligen sker det ännu mer för att man ska kunna tillämpa kunskapen och skapa största möjliga värde för organisationen.

Att skapa värde för en organisation är inget kontroversiellt. Tvärtom är det förstås högst rimligt. Många organisationer föds ur viljan att ge människor något de vill ha – i utbyte mot deras tid, pengar eller uppmärksamhet.

Problemen uppstår när organisationer ägnar sig åt att skapa värde för företaget och dess ägare *på bekostnad av människors välmående*.

Och här har vi pudelns kärna. Det finns människor som far illa av digitala tjänster.

Ibland handlar det om att företag optimerar sina tjänster på ett sätt som får människor att göra saker de annars hade låtit bli – som i exemplet med kvällstidningen. Eller att vi köper något på nätet av bara farten. Det kan i förlängningen påverka människors självbild, ekonomi, relationer och hälsa.

## Nycklarna till förändring

Traditionella utvecklings- och mätmetoder ger sällan stöd för att ta hänsyn till människor som indirekt far illa av lösningarna. Anledningen är att vi inte försöker förstå eller mäta långsiktig mänsklig påverkan. Istället handlar framgång enbart om nedladdningar, klick, konverteringar, köp, ögon som tittar och tummar som klickar på annonser.

Vi kan bryta den trenden. Nycklarna till en förändring är att öka medvetenheten om problemen och använda verktyg för att hantera dem. Vi kan börja bidra till mer inkluderande tjänster med en mer rättvis maktbalans mellan den som skapar och den som använder.

I förlängningen kan vi göra omtanke till en konkurrensfördel.

Alla som bygger digitala tjänster måste bättre förstå

- » hur tjänsterna påverkar människor negativt
- » hur det går att arbeta för att minimera denna påverkan
- » hur vi aktivt kan lyssna efter, och på, människor som far illa
- » och slutligen: veta hur vi kan agera när negativ påverkan sker

# Första, andra och tredje led

Att tvinga fram pauser är något som kan ge oss möjlighet att fatta bättre beslut kring vårt nästa steg. Men ibland måste vi också fundera både två och tre steg framåt för att bättre bedöma konsekvensen av vårt handlande.

När symaskinen introducerades i mitten av 1800-talet betraktades den som en hushållsmaskin som skulle befria kvinnor från ansträngande handarbete. Man tänkte sig, ganska naturligt, att symaskinen kunde göra livet lättare för dem som redan sydde. Istället skapades fabriker där utsatta kvinnor fick jobba långa dygn för svärtlöner. Symaskinen blev inte ett verktyg för frigörelse, utan för exploatering. Fabriksproducerade kläder innebar även att kvinnorna som sydde för hand snart blev utan arbete.

Nya saker skapas ofta ur föreställningen att det finns människor som påverkas gynnsamt av förändringen. Men det är också viktigt att skapa teorier kring, och följa upp, hur människor påverkas på lite längre sikt av sådant som just nu framstår som odelat positivt.

För att bättre förstå effekterna av våra handlingar och tjänster kan vi tänka kring påverkan i termer av första, andra

och tredje led. Här nedanför har jag listat några handlingar och deras potentiella konsekvenser i flera led. Jag visar med ett plus eller minus om de upplevs som positiva eller negativa.

### Äta choklad

1. Du får en energikick (+)
2. Du blir snart hungrig igen (-)
3. Överkonsumtion kan leda till ohälsa (-)

### Träna

1. Det är utmattande (-)
2. Du får bättre fysik och uthållighet (+)
3. Du presterar bättre på jobbet (+)

### Donera kläder

1. Fattiga människor får billiga kläder (+)
2. Du mår bättre och kan köpa nya kläder (+)
3. Ett lands förmåga till självförsörjning försämras (-)

### Källsortera

1. Avfall minskar och material återvinns (+)
2. Ökat välmående, beteendet smittar av sig (+)
3. Övertro på den egna påverkan kan ge en moralisk obalans. Exempelvis: Jag källsorterar så då är det okej att äta kött från Brasilien (-)

Det är aldrig så enkelt som att en positiv påverkan i första led kommer att leda till en positiv påverkan i andra och tredje led. Tvärtom visar exemplen att vi ibland kan behöva göra något som känns jobbigt i nuläget för att se positiva effekter senare.

## Bevaka oväntade konsekvenser

När jag arbetade med en plattform för medicinska behandlingar över webben fanns ett tydligt behov hos många i vårdpersonalen att ta emot notiser på sina mobiltelefoner. Anledningen var att de var oroliga att patienter skulle falla mellan stolarna och må dåligt om de missade några meddelanden. Det kändes därför naturligt att bygga in notiser.

När det var dags att testa lösningen blev det inte som vi hade tänkt oss. Enligt vad de hade önskat sig kom det nu notiser för alla möjliga händelser: om en patient inte varit inloggad på fyra dagar, om en patient svarat ett visst värde i ett formulär eller om det fanns nya svar från patienten över huvud taget. Det blev snabbt överväldigande och stressande. Ur ett arbetsmiljöperspektiv visade det sig vara bättre att logga in vissa tider på dagen och gå igenom notiserna i patientlistan, och inte låta dem komma till mobilen.

## Notiserna i första, andra och tredje led

1. Notiser hjälper behandlare att hålla koll på vad som händer (+)
2. Notiser kan triggas av mer eller mindre viktiga saker och kommer för ofta om det finns många patienter (-)
3. Patientsäkerheten kan bli lidande om de anställda inte tar notiserna på allvar. Dessutom mår personalen sämre, eftersom de känner sig stressade och mängden notiser gör det lätt att missa något (-)

Genom att aktivt arbeta med att tänka i första, andra och tredje led blir det lättare att upptäcka och förutse möjliga risker. Med omtanke om såväl vårdpersonal som patienter insåg vi att vi behövde ge personalen mer kontroll över notiserna.



### Att reflektera kring

- » Har du ett eget positivt exempel på en funktion i en tjänst eller produkt där du kan lista påverkan i första, andra och tredje led?
- » Har du ett negativt exempel du kan lista i de tre nivåerna?



# Checklista för digital omtanke

## Var transparent och tydlig

Visa öppet vilka aktiviteter som utförs för att bidra till positiv påverkan och minimera negativ påverkan. Dokumentera och publicera upptäckter och åtgärder. Välkomna återkoppling på de aktiviteter och åtgärder som utförs.

## Inkludera

Säkerställ att tjänsten är användbar för människor med olika förmågor. Människor ska kunna anpassa tjänsten så att den passar deras behov. Det ska gå att förstå hur tjänsten ska användas – oavsett vilken erfarenhet, kunskap, språkförmåga eller koncentrationsnivå användarna har. Nödvändig information ska vara begriplig oavsett exempelvis ljud- och ljusförhållanden, hörselnedsättningar eller andra funktionsvariationer.

