

## Tillit til tall <sup>1</sup>

Notat til IN3220/4220

Svein Hovde, januar 2021

For noen år siden ble det utgitt ei norsk artikkelsamling som tok for seg "objektivering, måling og standardisering som samfunnspraksis". (Larsen og Røyrvik (red.) 2017) Tittelen på boka var "Trangen til å telle". Bortsett fra at det hadde ødelagt bokstavrimet, hadde det kanskje vært vel så treffende å konstatere at vi har en trang til å måle. Det er mangt og mye som ikke er delt opp i distinkte enheter og dermed unndrar seg telling. Likevel kan det gjøres til gjenstand for en slags måling. Et enkelt eksempel er at vi måler "kvaliteten" på kinofilmer (og alt mulig annet) ved å gi disse terningkast. Terningkastet utgjør et kvasi-mål på en skala fra 1 til 6. Vi har vendt oss til å tenke at dette er et slags mål på filmens kvalitet. Tilsvarende er den karakteren en oppnår på en eksamen fra A til F en måling av studentens prestasjon. Om en sier 1 til 6 eller A til F er hipp som happ, begge er konstruerte måleskalaer som skiller noe som er veldig bra, middels og temmelig dårlig slik eksperten bedømmer saken.

### Hvordan vi måler og måler

Målesamfunnet har en rekke ulike avskygninger. Vi kan nevne noen av de sentrale:

1. Innsamling og behandling av ulike registerdata som inngår i statistiske framstillinger (i Norge blant annet organisert av Statistisk Sentralbyrå). Dette er oversikter over befolkningens gjøren og laden, om de er i utdanning, innenfor eller utenfor arbeidsstyrken, om boforhold og flytting, om fødsel, giftermål og død, helse og tidsbruk knyttet til ulike aktiviteter. Denne virksomheten har blitt utvidet og raffinert. Den er ikke ny og vi har bak oss tidligere perioder med lidenskap for kvantifisering, for eksempel "det statistiske nittende århundre" (Larsen og Røyrvik 2017:8)
2. Ulike innsamlinger og bearbeidinger av områdespesifikke data som er ment å kartlegge handlingsvalg og holdninger. Denne informasjonen utnyttes til forskningsformål eller kommersiell bruk. I dag skjer særlig det sistnevnte i form av automatiserte sammenstillinger av digitale spor med tanke på målrettet markedsføring og salgskampanjer. Der en tidligere ble foret med generell reklame eller oppringt om handlevaner og varepreferanser er dette nå i større grad avløst av informasjon vi etterlater uten viten og vilje.
3. Som potensielle konsumenter blir vi gjenstand for målrettet markedsføring. Som produsenter og arbeidstakere er virksomheten som dreier seg om å

---

<sup>1</sup> Dette notatet blei opprinnelig skrevet til emnet IT og samfunn våren 2018 og revidert i 2019. Denne utgaven er igjen en revidert utgave av de tidligere tekstene.

registrere, måle og påvirke våre prestasjoner som ansatte stadig mer omfattende og dyptgripende. Det har lenge eksistert teknikker for måling av arbeidstempo og evaluering av arbeidskvalitet. På 50-tallet forsøkte en å vitenskapeliggjøre utvikling av arbeidsprosesser og -teknikker gjennom såkalte tidsstudier, utført av profesjonelle målere. Dette er fornøylig framstilt i kinofilmen «Salmer fra kjøkkenet». Med nye, avanserte teknologier for overvåking måling og selvmåling er dette brakt til et nytt nivå. Dette gjelder individuelle registreringer av ytelse, men også tiltak for å motivere gjennom påvirkning av folks identitet og selvforståelse. Ikke minst handler det om nye teknikker for arbeidsintensivering og -motivering basert på «nudging» og «gamification». Dette er beskrevet og problematisert i boka «Humans and Machines at Work» (More, Upchurch & Whittaker (red), 2018) Boka er tilgjengelig online.

4. Ulike evalueringer vi utsettes for og avkreves der folk får og gir karakterer. Studenter får karakterer og avleverer evalueringer av undervisning og lærested. Ansatte evaluerer sine ledere og de vurderes i forhold til ulike prestasjonsindikatorer. Det siste kan være konsekvensrikt og i et stadig mer individualisert og prestasjonsorientert arbeidsliv kan slikt være et sentralt moment i lønnsfastsettelsen. Varer og tjenester evalueres og bedømmes i forhold til kvalitetsskalaer basert på tester og ekspertvurderinger og gjennom folkets dom (brukererfaringer). Som forbrukere (kunder), pasienter eller samfunnsborgere har vi knapt avsluttet et kjøp eller en visitt hos en tjenesteyter før vi avkreves en vurdering av vår opplevelse eller tilfredshet. Merry (2011) hevder at vi lever i en "indikatorkultur" der vi i økende omfang rangerer og velger ut fra målinger og "score" langs ulike dimensjoner vi velger å vektlegge.
5. En virkning av den svære og sammensatte infrastrukturen for måling er at den setter oss i stand til å sammenstille, sammenligne, klassifisere, rangere og foreta kåringer; av årets kulturkommune, årets idrettsutøver, verste og beste statsråd i sittende regjering, årets foreleser, årets utsalgssted for brød og kaker, månedens medarbeider osv. Disse kåringene begrunnes med at de gir brukere og kunder en anledning til å bruke sin stemme og utgjør et insentiv for å få tilbydere og arbeidstakere til "å strekke seg lengre". Et mindre seriøst motiv kan være at dette utgjør en form for adspredelse eller underholdning i den grad kåring etterfølges av feiring (som Oscar-utdelingen). Et gjennomgående kronargument er at alskens kåringer inngår i kvalitetssikringen av ulike varer og tjenester og er med på å sikre en generell heving av prestasjonsnivåer.
6. Tidligere skrev folk dagbøker der de noterte ned hendelser, opplevelser og egne stemninger og følelser knytta til disse. Noen gjør fortsatt dette, men den toneangivende formen for selvobservasjon i våre dager er objektivt og

teknologibåret. Selvmålingsbølgen forener en fascinasjon for å følge med på (og eventuelt korrigere) ulike sider ved ens fysiologiske selv i form av overvåking av bevegelse (skritt tilbakelagt pr. dag), puls, blodtrykk, søvnkvalitet med mye mer. Dette kan også kombineres med ulike former for treningsdagbøker. Disse kan kunngjøres via sosiale medier og inngå i sammenligninger og konkurranser med likesinnede. Dermed blir ikke selvmåling en introvert virksomhet, men en del av kunngjøringen av meg, eventuelt kombinert med fortellinger, meningsytringer og billedokumentasjon av hvordan en lever og virker.

De seks punktene foran regner opp noen, men langt fra alle, sider ved det målende samfunn. Selve denne lista og måtene å framstille målesamfunnet på kunne vært tatt med og utgjort et sjuende punkt fordi måling dreier seg om å konsentrere, koke ned og framstille noe poengtert. Lister, oppramsinger og "bullet-points" (som er grunnstrukturen i programmet Power Point) er viktige virkemidler i målesamfunnets kommunikasjon: Det gjelder å spisse argumenter, å tydeliggjøre og gjøre ting lettfattelig. Det kan knapt tenkes mer lettfattelige informasjon enn den som er poengtert, kvantifisert og rangert.

## Skalaer, skalering og skalerbarhet

Selvmålingsteknologien har sine begrensninger. I forbindelse med et mindre operativt inngrep for et drøyt år siden fikk jeg et spørreskjema som blant annet viste en skala der jeg skulle plassere meg inn. Den forklarende teksten lød:

For å hjelpe folk å si hvor god eller dårlig en helsetilstand er, har vi laget en skala (omtrent som et termometer) hvor den beste tilstanden du kan tenke deg er merket 100 og den verste tilstanden du kan tenke deg er merket med 0. Vi vil gjerne at du viser på denne skalaen hvor god eller dårlig helsetilstanden din er i dag, etter din oppfatning. Vær vennlig å gjør dette ved å trekke en linje fra boksen nedenfor til det punktet på skalaen som viser hvor god eller dårlig din helsetilstand er i dag.

Dette er "Quantified self" utført med blyant og ikke med smarttelefon og apper. Det innbyr til ettertensksomhet og problematisering å forholde seg til denne skalaen. Hva skal være referansen for avmerkingen, hvordan jeg i gjennomsnitt opplever min egen helse eller opplevelsen den er akkurat her og nå, hvordan den er i lys av min egen alder, hvordan den har utviklet seg opp gjennom årene, hvordan andre som jeg kan eller bør sammenligne meg med synes å ha det osv.? Kanskje forventes det at en ikke tenker for mye, men bare klemmer til med ei pil bort til et tall. For utfyller (avsenderen) er utbyttet av å svare på sånt de refleksjoner det eventuelt setter i gang, for mottakeren er verdien av svaret avgrenset til tallet jeg

ender opp med. Det kan kodes og mates inn i en statistikk der mitt tall forener seg med de manges.

Målte tall gir mening ved at de er punkter på skalaer fra og til ytterverdier langs en tenkt dimensjon. Når de i tilfellet over sier at helsetilstandsskalaen er analog med termometerskalaen er det et langt skritt i retning objektivisering, at mitt svar inngår i en måling av noe bestemt (og målbart) – her subjektiv helse.

I den bredt anlagte studien av hvordan sosiale medier brukes i 8 forskjellige land fra ulike verdenshjørner er begrepet *skalerbarhet* sentralt. Innledningsvis i samlerapporten fra dette prosjektet som betegnende nok har tittelen ”how the world changed social media” understreker forfatterne at sosiale medier er noe som er i stadig utvikling. De utvikler en betegnelse på sosiale medier som fanger opp det prosessuelle og dynamiske:

The core of social science is the way in which people associate with each other to form social relations and societies. This is called sociality. The best way to define what is popularly called social media but also includes prior media is thus to describe the new situation is increasingly scalable sociality. (Miller et al 2016:3)

Skalerbarheten relateres til to dimensjoner illustrert i figuren under: Grad av privat-het og størrelsen på den gruppa en forholder seg til, fra en engere krets til et større publikum.



**Fig. 1.1** Scalable sociality

Overskriften i figuren vektlegger at sosiale medier har skapt et potensial for sosialitet og at det som tidligere ikke var særlig regulerbart, nå kan finjusteres og at det er mulig å skreddersy valg av medium til innholdet i det en legger ut. Det er rimelig å anta at de to dimensjonene nevnt over henger sammen og at grad av privat-het er

omvendt korrelert med hvor mange en henvender seg til. Det finnes unntak fra dette idet det er mange eksempler på at saker som oppfattes som "intime og private" blir gjenstand for massespredning. Dette kan være villet, men også resultat av uhell, eller illojalitet fra personer i ens indre krets. Et dramatisk eksempel på dette er såkalt «hevnporno». Omvendt kan en også tenke seg at spørsmål av helt allmenn interesse bli holdt innenfor små diskusjonsfora.

Skal skalerbarheten i bruken av sosiale medier fungere etter senderens intensjon og i tråd med reglene for det offentlige ordskifte forutsetter det både teknisk-administrative kunnskaper blant brukerne av sosiale medier og at det utvises digital dømmekraft.

## Det fornuftige og besnærende ved telling og skalering

At det er fornuftig å kunne telle er bokstavelig talt barnelærdom. I eventyret om geitekillingen som kunne telle til ti innprentes en tellemåte. I billedboka og filmen som er laget basert på dette eventyret illustreres konkret hvordan mengden fire (4), ser ut når en teller dyr. Geitekillingen selv, kalven, kua og oxen blir til sammen fire. Eventyret problematiserer også telling ved at det dramatiske innslaget i fortellingen er dyrenes manglende forståelse av hva det betyr å telles og deres motstand mot sjøl å bli gjenstand for telling. Og det avrundes i et forsvar for telling i den forstand at det er geitekillingen som blir helten fordi han kan telle passasjerene på den fergen som de andre dyrene jager geitekillingen ut på. På denne ferja er de til sammen ti dyr, det er (tilfeldigvis) det antall passasjerer fartøyet er bygget for og det er så langt geitekillingen kan telle. En lykkelig slutt for både killingen og samfunnets tellende virksomhet. Og det er (selvfølgelig) et pedagogisk og moralsk poeng i denne historien. Den er en vei inn i den elementære tellingens verden for et barn og den viser at det er bra å kunne telle og at det ikke er farlig å bli telt.

Fra et voksensynspunkt er eventyret en illustrasjon av det litt naive i bare å telle, siden det om bord på ferja både er en hane, en katt og en hund i den lette enden av skalaen, en hest, en okse og ei svær grisepurke i den tunge. For å finne ut om båten ville bære burde en strengt tatt målt (veid) og ikke bare telt til ti. Det er jo derfor det i heiser står et skilt om maks bæreevne målt i antall mennesker og totalt antall kilo. I heiser er gjerne oppgitt både hvor mange personer den rommer og hvor mange kilo den kan løfte basert på en antatt normal personvekt (for eksempel 80 kg).

Poenget med skalering illustreres i det engelske eventyret om "Gullhår og de tre bjørnene". Gullhår er ei lita jente som begir seg ut i skogen og ender i bjørnepappa, bjørnemamma og den lille bjørnungens hjem. Mens de er ute av huset lurer hun seg inn og sitter i tur og orden i de tre stolene, smaker på de tre grøt-tallerkenene og legger seg i sengene deres. Gullhår finner ut at det er bjørnungens stol og seng som passer og dennes grøt som faller i smak. På engelsk har en på bakgrunn av dette eventyret formulert "the Goldilock principle" som betoner verdien

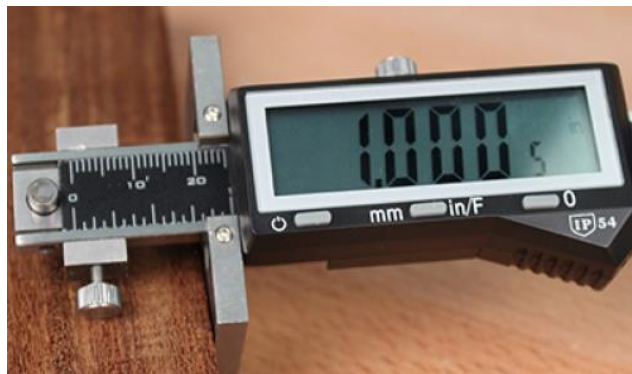
av "just the right amount". Dette er for eksempel anført av Sherry Turkle i hennes analyser av vår bruk av digitale innretninger og kommunikasjonsvalg. Hun framholder at folks valg av kommunikasjonsmåte er styrt av et ønske om å holde en riktig eller passende avstand til sine sosiale omgivelser. "Not to distant, not to close." For mange vil dette i praksis innebære at de oppdaterer andre og oppdateres selv ved å sende og motta tekstmeldinger heller enn å ringe og snakke med hverandre eller møtes ansikt til ansikt. Og sosiale mediers skalerbarhet gjør det mulig å oppnå akkurat den passende graden av nærhet ved å velge bestemte medier og plattformer for kommunikasjon.

I koronatider er det et begrep som stadig dukker opp: Det snakkes om *forholdsmessighet*, at det skal være et rimelig forhold mellom de mottiltak og restriksjoner som settes i verk for å hindre videre smittespredning og hensynet til alle de som rammes av disse tiltakene. Dette kan knyttes til det engelske begrepet 'commensuration' og ideen om en form for proporsjonalitet og riktig dimensjonering av politiske prosesser som griper inn i samfunnslivet. Dette illustrerer både en ambisjon om å vitenskapeliggjøre og kvalitetssikre håpløst vanskelige avveininger på den ene siden og en ubehagelig erkjennelse at det nettopp er håpløst å sette hver for seg sammensatte og ikke-målbare forhold opp mot hverandre på den andre.

## Lidenskapen for kvantifisering

Måling og skalering har det til felles at de representerer kalkylens eller beregningens triumf. Foran har jeg pekt på at betydningen av det umiddelbare eller spontane, det å oppleve og dvele i noe og erfare ting som meningsfullt, riktig og viktig i seg selv, kan være på vikende front.

Vi er ugjenkallelig plassert i et samfunn som sammenligner og rangerer aktiviteter og artefakter med økende intensitet, oppfinnsomhet og nøyaktighet. I en del henseende har denne målingen med den digitale teknologiens hjelp, med god margin passert



nivået for det hensiktsmessige. Et konkret eksempel på dette er mitt digitale rissemål. Dette risser en strek på et emne (oftest av tre) i en avstand angitt med en hundredels millimeters nøyaktighet. Dette overgår betydelig hva som er mulig å oppfatte med det menneskelige

øye og utføre ved hjelp av håndverkerens hender. Vi er i en viss forstand distansert av våre verktøy. I overskuelig framtid (for alltid?) er vi henvist til å oppleve oss selv som

uperfekte og omtrentlige i en verden av finjusterte, finurlige og raffinerte måleinstrumenter.

Alle målestokker vi benytter oss av for å bedømme er historiske og kulturelle produkter. De endrer seg over tid og de er et resultat av menneskelige valg. Det nye med det moderne samfunn er at det innføres og brukes målestokker som tilsynelatende gjør aktiviteter og mål "universelt" sammenlignbare. Vi har lenge hatt et system med stjerner som indikerer kvaliteten på hoteller. Mange har mistenkt at dette ikke er basert på uavhengige instanser og det faktiske innholdet i tilbudet, men at det er noe som kan gjøres til gjenstand for tilbyderens (her hotellets) manipulasjon. Med Internett og brukernes karakterer aggregert skulle en tro at saken stiller seg annerledes. Det som før var litt suspekt antas nå å være solid forankret i faktiske hotellkunders erfaringer. Dermed er det grunnlag for å anta at med nettet og vekt på kundeerfaringer får en i langt høyere grad tillit til tall. Dette har store praktiske konsekvenser fordi det kan være det som ligger til grunn for forbrukervalg på et konkurransemarked. Men også dette er i noen grad gjenstand for varianter av påvirkning eller manipulasjon. Hoteller, restauranter og butikker, TV-stasjoner, museer og kunstgallerier, ja alskens tilbydere av varer og tjenester fisker anerkjennelse hos sine brukere ved et evinnelig mas om «lik oss på Facebook». Som en roper i skogen får en svar.

Kvantifiseringer, standardisering, målinger og rangeringer inngår i det en kunne kalle en ordnende infrastruktur. I rike samfunn der innbyggerne stadig gjør mange og konsekvensrike forbruksvalg kan dette gi oss nyttig og viktig informasjon. Det hjelper oss å navigere på et nesten uendelig stort og komplisert marked av varer og tjenester, det tilbyr en hjelpende hånd i hverdagen. Det gir 'homo cyber' evne til å kikke inn i sin egen kropp og justere for avvik fra det normale. Dette er målingens inntektsside. Og det er avhengighetsskapende inntekter som vi knapt kan være foruten. Dette er ikke bare en privat fornemmelse. Å stille seg utenfor er i viktige henseende umulig. Som aktive brukere av Internett og sosiale medier blir vi hele tiden målt og telt.

## Hva målingene lager

Det målende og standardiserende samfunn er performativt. Det lager nye realiteter som på en avgjørende måte skiller seg fra de som eksisterte forut for at de institusjonaliserte seg i regler og lovverk, i almene praksiser og mentaliteter, i den kulturen vi lever i. En kan bruke målinger til å etablere klassifikasjoner som er med på å produsere de kategoriene de gir seg ut for å måle – de ikke bare spiller noe – det skaper og endrer dermed virkelighet mer permanent. Etter hvert blir måtene vi snakker om og bruker disse konstruerte inndelingene på naturaliserte. Og teorier om personlighetstyper kan bli selvoppfyllende ved at vi leter etter bekræftelse på at det i den virkelige verden finnes eksempelvis fem typer mennesker.

Det sentrale poenget er ikke her at de fleste samfunnsmedlemmer stadig benytter seg av informasjon som er gjort målbar og kvantifisert. Det kan gjelde om vi bor i Thereses gate og har tenkt oss til Valdres gate og benytter ruters reiseplanlegger for å komme derfra og dit med kollektivt. Det kan være tilfelle om vi har tenkt oss til Paris for en langweekend og ønsker å bo sentralt, men ikke for dyrt. Det gjelder om vi er interessert i å nøyaktig finne ut vi mye vi går i løpet av en dag eller hvor god søvnkvalitet vi har gjennom ei uke.

I det målende samfunnet endres folks livsvilkår. Mange mener at det skjer nye omdreininger i retning av å reindyrke formålsrasjonalitet. Forskere trekker en forbindelse mellom en radikal utvidelse av målingens rekkevidde og endringer på samfunnsnivå i form av finansialisering (at alt prissettes og "verdsettes" basert på en finansiell logikk), økt utbredelse av New Public Management og økende varefetisjisme eller tingliggjøring. (Larsen og Røyrvik 2017: 10-13)

På individnivå baner målemanien veien for nye mentaliteter og livsholdninger. Kanskje spør en venn av deg hvordan du har det. Du svarer med 4 på en skala fra 1 til 10. Dette kan være uttrykt ironisk. Om denne måten å svare på normaliseres er det et tegn på at spørreundersøkelsens sjargong og tenkemåte har invadert mellommenneskelige relasjoner. Det gjør det mulig å "skjære gjennom" potensielt utfordrende samtaler, men det tar også vekk noe av det som kan være mest verdifullt med den personlige samtalen, at en kan lodde dypere og utvikle noe som er rikt, mangfoldig, meningsfylt og erkjennelsesåpnende.

## Målforskyvning

Vi kan oppleve en form for risiko når vi forholder oss til det som (ennå) ikke er målt og tallfestet. For å ta et nærliggende eksempel er det knyttet usikkerhet til åpne eksamensoppgaver. De gir anledning for studentene til å vise kreativitet, grad av faglig modenhet osv. En innvending er at slike eksamener i høy grad måler generell formuleringsevne og ikke nødvendigvis spesifikk kunnskap i det fag en skal vise kunnskapsnivået. En annen innvending er at bedømmelsene blir subjektive og erfaringsmessig kan variere mellom uavhengige bedømmere (sensorer). En konsekvens av dette er at en går over til flervalgs- eller avkrysningseksamener. De framstår som mer nøytrale og foretrekkes nå en god del læresteder. En viktig tilleggsgrunn til det er at slike eksamener er billigere å avvikle fordi de kan fulldigitaliseres ved at svarene registreres og evalueres av en maskin. Den menneskelige innsatsen begrenser seg til å formulere flervalgsoppgaver og fastsette karaktergrenser etter andel riktige svar, for eksempel at mer enn 90% rett gir A.

Målforskyvningen dreier seg i dette tilfellet om glidning i retning av at eksamen reduseres til ren kunnskapstest, at kunnskapen kan kokes ned til spørsmål som det finnes riktige og feil svar på og at hensynet til billig eksamensavvikling og eliminering av subjektivitet blir utslagsgivende argumenter. Om en skulle sette en



merkelapp på denne utviklingen kunne det være at det skjer en quiz-ifisering av eksamensinstitusjonen. En slik prosess er i noen grad nødvendig for at digital eksamen kan innføres i stor skala, det blir en betingelse for digitalisering. Samtidig kan en også se på digital teknologi og dens fortrinn når det gjelder telling og kalkyle som et tilbud som skaper en etterspørsel etter forenklete eksamensinnhold.

Digitaliseringen framstår derfor ikke som en nøytral hjelper, men en teknologi som gjør at bestemte, nye arrangement byr seg fram som uimotståelige eller uunngåelige alternativer.

Generelt uttrykt er den viktigste målforskyvningen i det målende samfunn en glidning fra autoteliske verdier til heteroteliske. Heteroteliske er de verdier som utelukkende er midler til noe annet. I et samfunn dominert av heteroteliske verdier vil en aldri falle til ro i oppfyllelsen og nytelsen av et mål, en vil alltid haste etter nye prosjekter, oppgaver og målsettinger i en evig runddans. I den grad noe framstår som overordnet er det abstrakte og overordnede kalkyler som kan være knyttet til avkastningen på kapital. Den klassiske formuleringen av denne logikken er Webers påstand om at vi drives inn i formålsrasjonalitetens jernbur. I Ritzers versjon er et moderne eksempel på dette McDonaldisering. Denne representerer en gjennomrasjonalisert "spisemåte" – hvordan denne er satt i system og stadig søker i retning økende rasjonalitet, forutsigbarhet og kontroll. I denne spisemåten står prosesser som er nevnt foran sentralt. Den bygger på intensiv bruk av standardisering og måling, på produksjonstekniske og økonomiske kalkyler.

Tord Larsen skriver at den moralske komponenten i verdier forsvinner når disse objektiveres og underlegges en felles, abstrakt målestokk: Helt fram til vår tid ville påstander om at noe har verdi bety at tingen eller praksisen inngikk i noe som i seg selv ikke var en ting eller en praksis, men som var selve kilden til verdi. Det nye ved vår tid er at "verdi" er blitt en ting blant andre ting. (Larsen 2017: 271)

Det er noen haker ved dette. Noen som samler likes på sosiale medier utvikler dette slik at det blir en besettelse. Følelse av egenverd og sjølrespekt kan variere i takt med hvordan det en presterer og presenterer blir respondert på. Aldri tidligere har det blitt holdt opp et større speil foran oss. Ikke alt i dette speilet er like behagelig. En viktig del av det målende samfunn er at det gir anledning til å mekke med det inntrykket vi avgir overfor vår omverden. Mekke i en nokså bokstavelig forstand ved at betjener oss av avanserte maskiner for å produsere et omdømme og selge oss selv som merkevare. Mange opptre som det malerfirmaet som hadde som sitt motto: *Vårt rykte er vårt levebrød*. Tidligere var det slik at omdømme eller rykte var en side ved vår adferd som utløste sympati eller skepsis blant folk. Men det som har skjedd i de siste årene er at "omdømme" er blitt skilt ut som en egen "ting" som man kan måle med omdømmebarometre, administrert av omdømme-byråer som spesialisierer seg på "reputation management", eller av ansatte som har til oppgave å forbedre firmaets skåre på omdømme-undersøkelser". (Larsen 2017:274) Dermed er det også sagt at målesamfunnet i ulike versjoner kan være "god butikk", en erkjennelse som

utgjør en motor for å utvide målesamfunnet og konsolidere den målende mentalitet. Enhver virksomhet som kan gjøres til lukrativ næring kan komme til å ekspandere inntil den knekkes av sin egen overvekt.

## Avslutning

Tilliten til tall viser seg på mange måter. Den har utviklet seg til en økende avhengighet av tallfesting, måling og objektivering. Vi uttrykker oss gjennom tall og målinger, konsumerer i stort omfang tall og målinger og blir gjenstand eller offer for målinger. Vi er dermed både passive objekter og aktive subjekter i den store ordnende infrastruktur som jeg har beskrevet foran. Det gir manøvreringsmuligheter og en frihet til å regulere viktige sider ved vår aktivitet og deltakelse i samfunnet. Jeg har også pekt på at det binder, disiplinerer og utdefinerer noe av det vi tidligere anså som sentrale verdier og menneskelige utfoldelsesmuligheter. Og digitalisering er både en forutsetning for og et resultat av denne prosessen i sin nåværende form.

Det er åpenbart at det som er kommentert foran virker inn på hverdagen for brukere. Omgangen med tingene og tjenestene, medbrukere og den større sammenheng der bruk utfoldes farges av at måledimensjonen blir mer uttalt og gjennomsyrrer våre aktiviteter. Jeg har pekt på at dette kan opplyse, veilede og hjelpe oss å gjøre kvalifiserte valg raskere og sikrere. På den annen side rommer det en risiko for at opplevelser og relasjoner som tidligere ble verdsatt med tanke på egenverdi og kvalitet i større grad blir gjenstand for instrumentalisering og reduksjonisme. Å fortsatt ivareta ikke-målbare sider ved bruksrelasjoner blir en oppgave både for brukeren selv og de som designer og legger til rette for bruk.

## Referanser

- Larsen, T. og Røyrvik, E. A.(red.) (2017): Trangen til å telle. Spartacus forlag. Oslo
- Larsen, T.: Når virkeligheten flytter på seg: Instrumentalitet, estetikk og livsverden i vår tid, i Larsen, T. og Røyrvik, E. A.(red.) (2017): Trangen til å telle. Spartacus forlag. Oslo
- Merry, S.E. (2011): "Measuring the world: Indicators, human rights and global governance", i Current Anthropology 52(3):83-95
- Miller D. et al (2016): How the world changed social media. UCL-Press. London
- Moore P.V.; Upchurch M. og Whittaker X. (2018): Human and Machines at Work. Palgrave Macmillan. London.