
Faren ved Google og Facebooks algoritmer

Søgealgoritmer gør virksomheder som Google og Facebook i stand til at skræddersy informationen til den enkelte. Det lyder fint nok – men prisen er høj, for vi bestemmer ikke, hvilken information vi får. Det og meget mere konkluderer forfatteren og internetaktivisten Eli Parisher i bogen *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, hvor han beskriver de betænkelige konsekvenser ved søgealgoritmernes fremmarch.

Af Susanne Kandrup, sk@limeguild.com, The Lime Guild

Kan du huske George Orwells fremtidsroman *1984*, hvor staten styrer alle trykte medier og inddrager og ændrer aviser og bøger, så alle trykte medier afspejler, hvad staten mener her og nu? Den er skræmmende, men ikke nær så skræmmende som den verden, Eli Pariser præsenterer os for i sin nye bog *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*.

Og hvad værre er – ved læsning af *1984* kunne man slå sig til ro med, at det i praksis ikke er muligt at inddrage alle eksisterende bøger og ændre dem. Det er det nu. Verden er præget af, at få store virksomheder (specielt Google og Facebook), som med deres søgealgoritmer styrer meget af, hvad vi ser på nettet. Reelt ved vi ikke, hvorfor vi får lige netop *den* information, når vi googler eller er på Facebook. Og vender vi den erkendelse på hovedet, ved vi heller ikke, hvilken information vi *ikke* får.

Algoritmen vælger for mig

I bogen undersøger Parisher, hvordan algoritmerne påvirker os som mennesker og forbrugere. Han tager udgangspunkt i den videns- og informationsboble, som de store søgemaskiner og de sociale netværk skaber omkring os på internettet.

Hvad Google sender tilbage til os efter en søgning, er bestemt af de data, som Google i forvejen besidder om os, og det gør søgeresultaterne personafhængige. Resultaterne afhænger ikke kun af, *hvad* man skriver, men også *hvem* der skriver. Der er fordele. Vi får resultater og dermed viden, som er tilpasset til den enkelte. Men ulempen er, at vi ikke kender til de valg, der bliver foretaget på vores vegne.

Demokratiet lider

Eli Parisher beskæftiger sig i bogen med den betænkelige anvendelse af de data, som søgemaskiner og andre sociale medier høster om os. Dataene anvendes som middel til mere effektiv markedsføring på Google og Facebooks hjemmesider – og dermed til, at Google og Facebook tjener penge på oplysningerne om os. Men dataene bliver også solgt videre til store data mining virksomheder, som sælger dem videre til blandt andet andre markedsføringsformål.

Parisher argumenterer desuden for, at de dominerende søgemaskiner og sociale medier som Google og Facebook i stigende grad kommer til at styre vores nyhedsflow. Et problem er, at vi dermed kun får en selektion af det samlede nyhedsflow, og at algoritmerne sorterer bestemte nyhedstyper fra. I sidste ende mener han, at det får betydning for demokratiets sundhed – vel at mærke på en negativ måde.


The Filter Bubble og forskningsbibliotekaren

Bogen er åbenlyst relevant for alle os, der lever i internettets tidsalder. Men er den specielt relevant for forskningsbibliotekerne?

Bogen rammer lige midt i forskningsbibliotekarens kernekompetence – det at kunne finde den relevante og ikke mindst valide information. Bogen kan bevirke, at forskningsbibliotekarens rolle som videnskurator bliver mere synlig. En anden vigtig pointe er, at forskningsbibliotekerne brugere ikke kun betjener sig af de databaser og databrønde, som styres af forskningsbibliotekarerne og -udgiverne. Forskerne bruger også Google og Google Scholar, der bliver en mere og mere integreret del af forskningen og uddannelsen.

Omvendt er bogen ikke rettet specifikt mod den generelle udvikling af bibliotekskompetencer. Og den tager ikke den udvikling op, der finder sted i forskningsverdenen blandt de videnskabelige forlag og andre, der lever af videnskabelig produktion.

Slut med innovation og nye ideer

En sidste pointe i forhold til forskning og forskningsbibliotekerne: Eli Parisher mener, at *The Filter Bubble* påvirker vores kognitive balance ved at fjerne al information, som kan irritere eller forstyrre vores forståelse og tanker. Det betyder, at vi bliver “overconfident in our mental models” (Parisher 2011 s. 84). Resultatet er, at et personificeret internet langsomt vil få os til at bruge mindre tid i “discovery mode” – med andre ord bliver det mindre sandsynligt, at vi får nye og innovative ideer. 

The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You.
Eli Parisher, Penguin Press 2011.