

온라인 필터 버블

[https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles?language=ko#t-17621](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=ko#t-17621)

웹사이트의 개인화가 진행되고 있다. 구글에 똑같은 검색어 입력하더라도 사람마다 결과값이 다르게 나타난다. 실제로 일라이 파리저의 친구들에게 이집트를 구글링해서 캡처를 요청했는데 결과가 달랐다.

"It will be very hard for people to watch or consume something that has not in some sense been tailored for them."

"어떤 의미에서, 사람들이 그들에게 맞춰지지 않은 뭔가를 보고, 소비한다는 것은 매우 힘든 일이 될 것입니다."

에릭 슈미트



필터 버블

필터 버블을 겪을 것이다. 필터 버블은 여러분이 누구인지, 여러분이 무엇을 하는가에 따라 달려 있다. 하지만 무엇이 포함될지는 우리가 결정하는 것이 아니다.

필터 버블은 첫 번째 클릭을 무엇을 하느냐에 따라 보여지는 기사가 달라진다. 원하는 것이 아닌 기사를 볼 수도 있다.

방송사회 - 정보관리자, 편집자들이 정보의 흐름을 제어했다.

인터넷사회 - 알고리즘 관리자들이 정보의 흐름을 제어한다. 알고리즘 관리자들은 인간 관리자들처럼 내면적 윤리를 가지고 있지 않는다.

우리가 보는 것들이 그저 관련성에 의해서 맞춰진 것이 아닐까 하는 의문을 항상 가지고 있어야 한다.

페이스북, 구글등의 알고리즘이 공공의 삶의 의미와 시민적 책임의 의미로 만들어진 것인지 확실히 할 필요가 있다.