

Opplevelser av kvalitet og relevans i algoritmiske anbefalinger på kulturområdet

Presentasjon til Seminar om kvalitetsbegrepet og litteraturen

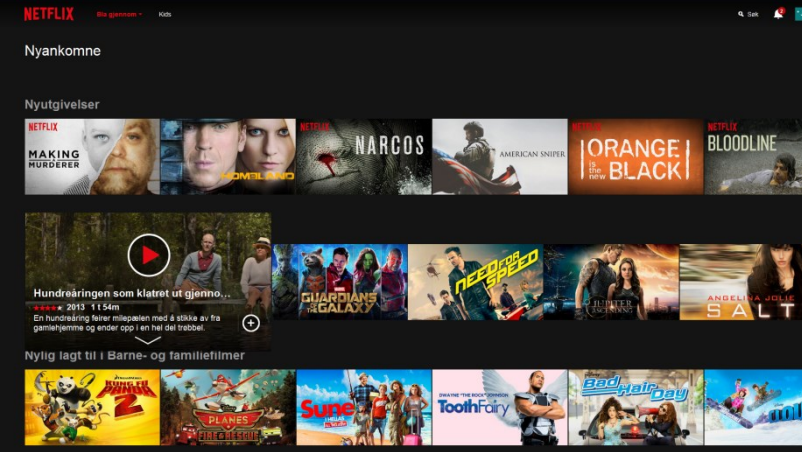
Bog- og Litteraturpanelet / Slots- og Kulturstyrelsen, København 6. desember 2016

Terje Colbjørnsen, gjesteforsker Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo

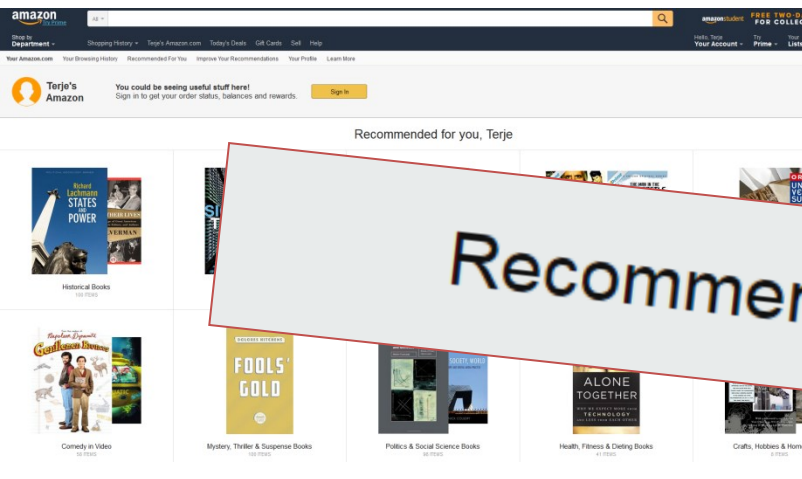
terjeco@gmail.com



Image: Natalia Romay on Flickr (CC BY-NC-ND 2.0)

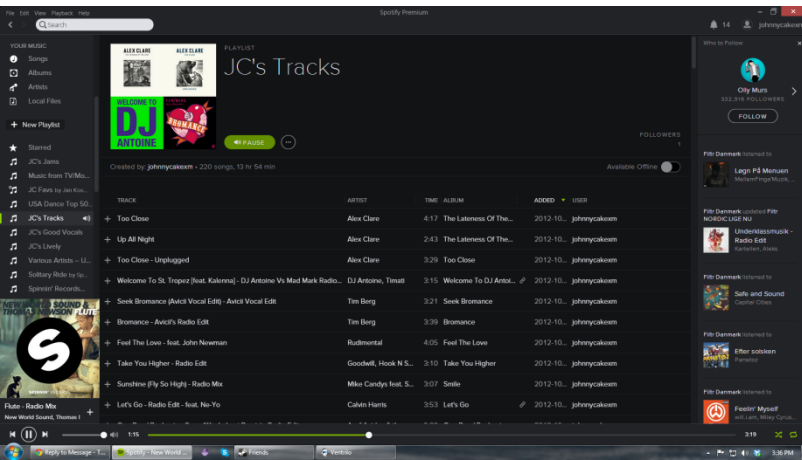


NETFLIX



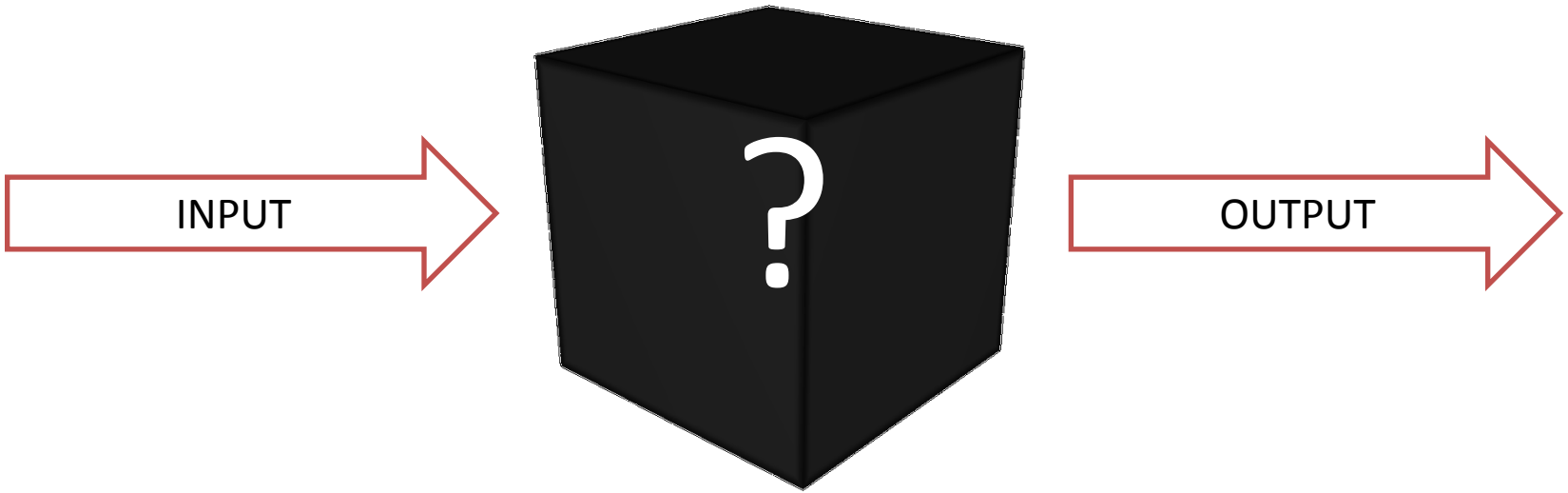
amazon

Recommended for you, Terje



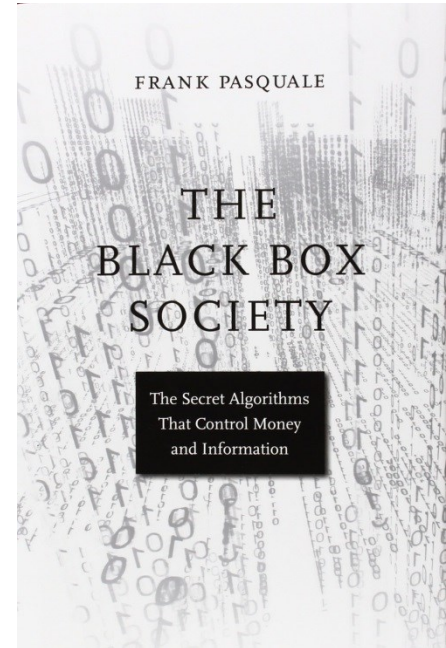
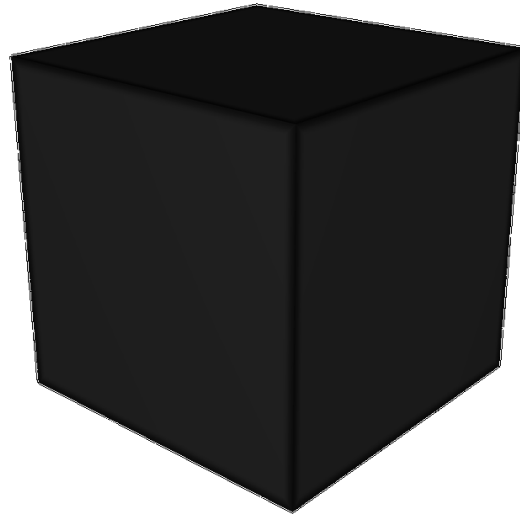
Spotify

- Populærdiskursen: Algoritmer kontrollerer/styrer/former/dominerer vår verden
- Ted Striphas: «Algorithmic culture»
- Taina Bucher: “Algorithmic imaginary”
- John Cheney-Lippold: “A New Algorithmic Identity”
- Dave Beer: “The recommendation algorithms draw the attention towards particular products and thus exercise the power to shape cultural encounters that then feed into taste”.



“the more that we present the algorithm as this kind of God (...) then the more we don’t do our jobs of explaining what’s really going on.”

Ian Bogost



My Discover Weekly playlist is seriously confused. I think the algorithm may have a drinking problem



I keep buying random things on Amazon in a desperate attempt to throw off their shopping suggestions algorithm



It's narcissistic and dumb, I know, but I never fail to be impressed at the exquisite taste of the personalized Spotify playlist algorithm.



I know it's a computer algorithm, but seriously, can I get married to my Spotify Discover Weekly?

Forskningsprosjektet

- Hvordan opplever aktive brukere av digitale medieplattformer automatiserte anbefalingstjenester for kulturelle produkter og tjenester med hensyn til kvalitet og relevans?
- Hvordan utfordrer algoritmebaserte tjenester begreper om kvalitet i kunst og kultur?



KULTURRÅDET
Arts Council
Norway



UiO : **Universitetet i Oslo**

Forskningsprosjektet

1. Tekstanalyse av Twitter-meldinger

- 1434 tweets med «algorithm» i kombinasjon med «Spotify», «Netflix» eller «Amazon»

2. Fokusgruppe og intervju

- Ni informanter
- Fokusgruppe og oppfølgingsintervjuer

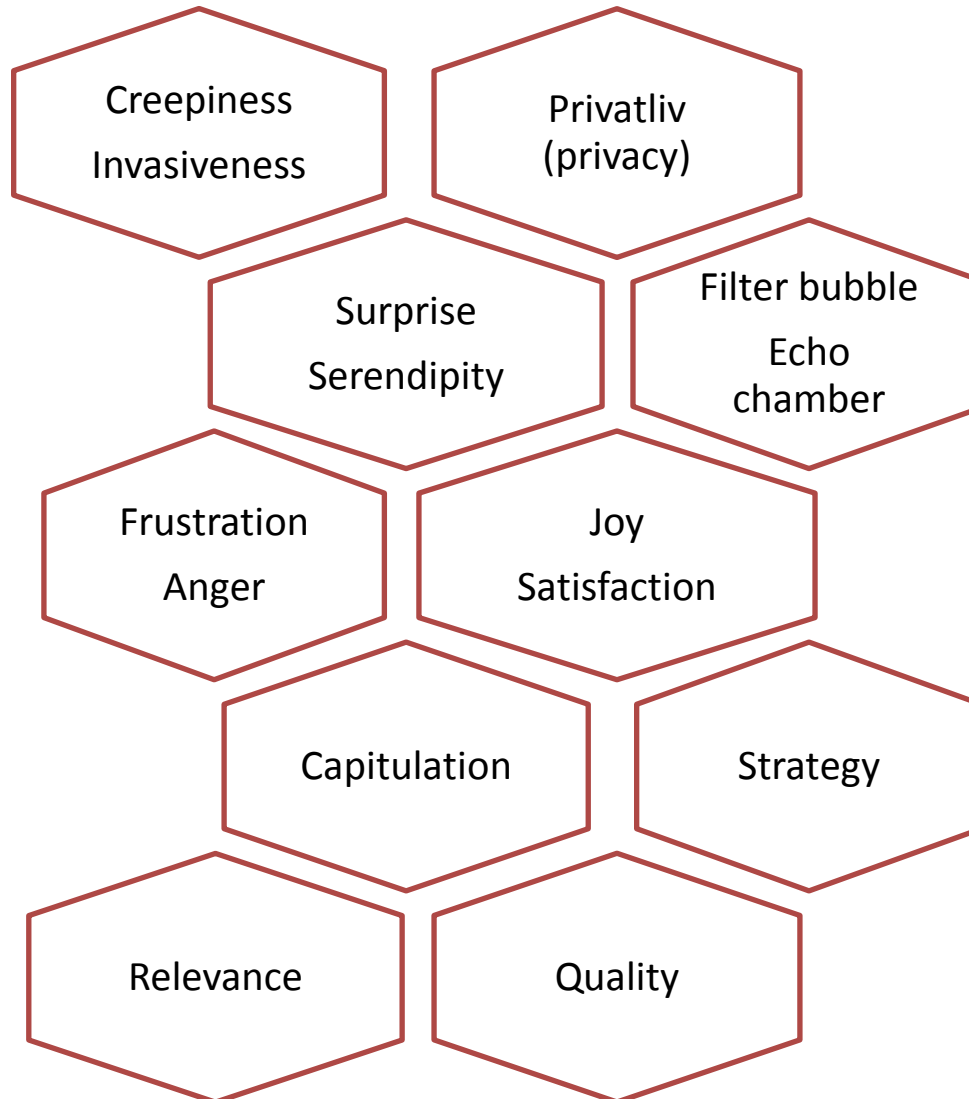


KULTURRÅDET
Arts Council
Norway



UiO : **Universitetet i Oslo**

Hva jeg tenkte at brukerne ville tenke på...



Hva brukerne faktisk tenkte på...

- TC: Hva er en algoritme?
- P: «Det er vel bare en matematisk formel som prøver å se på mønsteret i det du ser på, eller konsumerer».
- V: «Så handler det bare om å kalibrere komponentene i forkant, liksom, ax pluss k er lik y , men mange x^1 , x^2 og så videre».
- M: «Og jo flere data den har, jo mer riktig blir den, sannsynligvis».
- P: «Det er derfor Amazon ofte oppleves som så effektiv, tror jeg, fordi det er så mange som går veldig spesifikke stier, og da skjønner den hvilke stier den skal anbefale».

Hva brukerne faktisk tenkte på...

- Amazon og Spotify treffer best, Netflix bommer eller fremstår som en «katalog»
 - «det som skiller opplevelsene mine mellom Spotify, Netflix og HBO, er at på Spotify har jeg liksom en guide, noen som er interaktiv med meg, mens det andre er online materiale, en katalog.»
- Kvalitetsstempel tilhører den kuraterede, pre-digitale verden
 - «...noen andre hadde brukt tid på å sette sammen kvalitetsmessig, ting som du burde ha hørt om»
 - «det var jo noen man hadde tillit til som gjorde at man kunne ta del av liksom kvalitetsstemplet musikk»

Hva brukerne faktisk tenkte på...

- Tjenestene er ugjennomsiktige (black box), det er lite rom for påvirkning og bytteforholdet mellom bruker og tjeneste er til dels skjult
 - «Jeg opplever at jeg gjerne skulle ha mye mer kontroll over algoritmen, eller kunne se, eller styre komponentene i algoritmen mye mer, mer enn [bare] gjennom min aktivitet.»

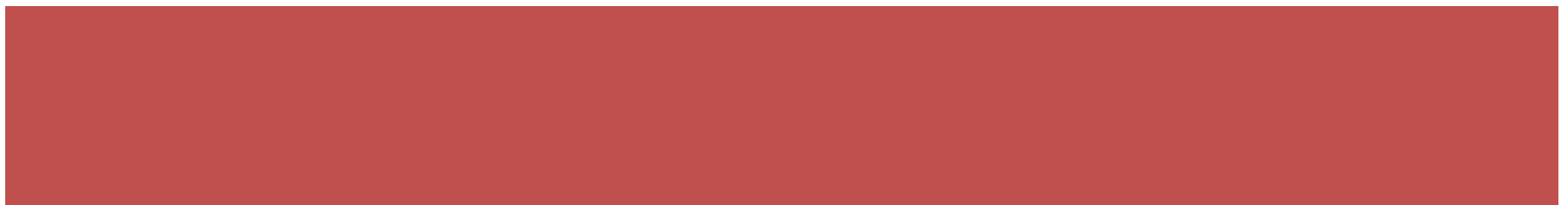
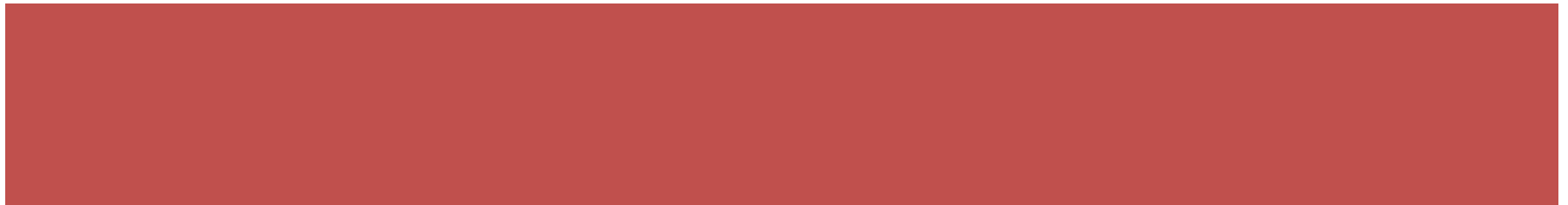
Hva brukerne faktisk tenkte på...

- Bevissthet om input skaper bedre output, men krever en aktiv innstilling
 - «Jeg bruker da som sagt Netflix mest på PC'en, der du kan trykke thumbs up og down. Og jeg gjør det ganske aktivt. (...) Så de anbefalingene som jeg får i Netflix er faktisk ganske spot on.»
 - «Men da må man jo være aktiv, det er det som er irriterende.»
 - «Det er jo også litt paradoksalt at man må forholde seg så aktivt til noe så passivt.»

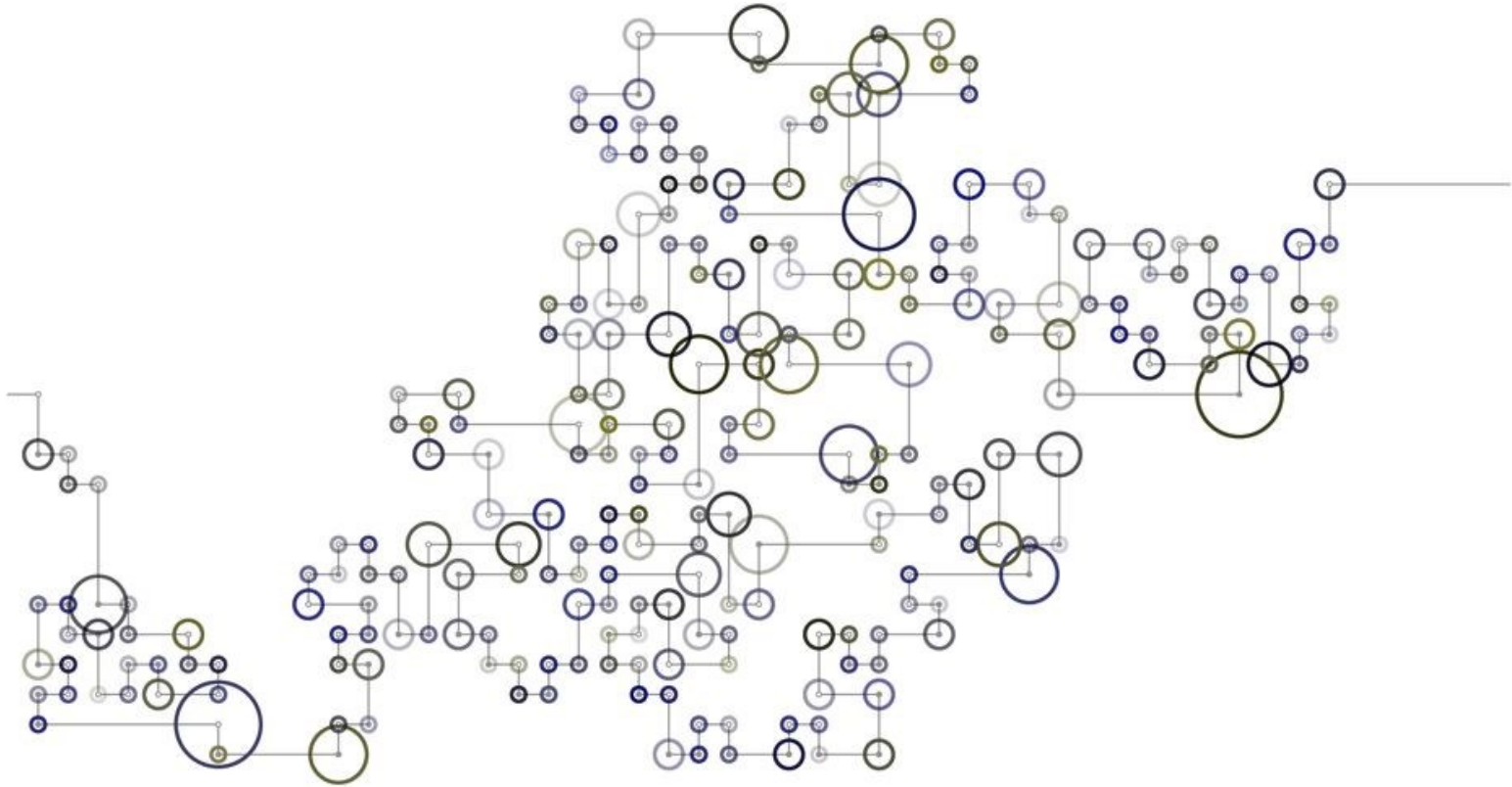
Hva brukerne faktisk tenkte på...

- «Creepiness» angår først og fremst følelsen av å havne i en filterboble, ikke frykt for overvåking eller inngrep i privatlivets fred.
- Kulturelle algoritmer fremstår som relativt ukompliserte i forhold til Facebook og Google.
 - «det ene er sånn big brother sees you og liksom vil utnytte meg, mens Amazon lykkes å få til den her big sister helps you»

Algoritmenes fire utfordringer til det tradisjonelle kvalitetsbegrepet



Takk for oppmerksomheten!



Terje Colbjørnsen
terjeco@gmail.com
@terjeco