

Vi er hva vi søker. Ingenting viser dette så tydelig som våre søkeord på Google og de historiene søkemotorene er i stand til å fortelle om oss.

Vår alles bestevenn

Lurer du på hva som skjer dersom du blander kamomillete med vin, eller om veien til mannens hjerte virkelig går gjennom magen? Antakelig vil du spørre Google om råd, slik de fleste av oss gjør når vi leter etter svar, informasjon eller inspirasjon. Å google har for lengst blitt et verb, en daglig aktivitet på lik linje med tannpuss. Enten vi lurer på hva vi skal kjøpe i julegave til mor eller hvor mye naboen betaler i skatt, er det søkemotoren vi spør. Om vedkommende – en kvinne fra Texas - som faktisk søkte svar på spørsmålene ovenfor fant det hun lette etter vites ikke, men verden fant henne.

I august 2006 offentliggjorde AOL en liste med over 20 millioner søkeord og søkestrenger som hadde blitt gjennomført via deres nett over en tremåneders periode. 650 000 unike brukere av AOLs søkemotor fikk søkehistorikken sin lagt ut på nettet. Opprinnelig ble denne listen offentliggjort som en del av et forskningsprosjekt men ble raskt trukket tilbake etter heftige reaksjoner verden over. Listen forble likevel enkelt tilgjengelig på nettet etter å ha blitt grundig kopiert over de tre dagene den lå ute. Selv om brukerne ble anonymisert ved å hjelp av et individuelt nummer, var det langt fra umulig å finne ut av hvem som gjemte seg bak de ulike søkehistorikkene.

Søkehistorikken til no.711391 har det blitt kunst av. I filmprosjektet 'I Love Alaska' følger filmskaperne søkestrengene til denne brukeren som viser seg å være en religiøs, overvektig kvinne fra Houston, Texas som drømmer om et nytt liv i Alaska. Kvinnen brukte søkemotoren som et orakel, en bestevenn man kan spørre om alt. Hun spurte blant ent om 'hvordan flørte med menn', 'hva er det som gjør et hus hjemmekoselig' og 'kan sovetabletter få en til å stå opp midt på natta og gjøre rare ting'.

Søkeord og søkestrenger er noe av de mest verdifulle dataene vi har og forteller mye om hva samfunnet tenker helt ned på individnivå. Kvinnen som drømte seg bort til Alaska er på mange måter en typisk nettsøker, hun søkte mye etter helse, sex og underholdning. Men med tilgangen til hennes faktiske søkestrenger ble det tegnet et bilde av en person over gjennomsnittlig opptatt av sykdommer, kviser og filmer med nakenscener fra 1990 og til i dag. Vi lærer å kjenne en kvinne som i løpet av den tremånedersperioden søkehistorikken hennes blir loggført er utro for første gang og som angrer etterpå, som ikke vet hvordan hun skal forholde seg til sjenerte menn eller hvordan hun skal takle ektemannens snorking. Hun er en kvinne som med jevne mellomrom spør sin "bestevenn" om hva barn kan finne på i Alaska, søker etter Anchorage dyrehage og konstaterer at Alaska er helt fantastisk.

Informasjonen vi gir fra oss gjennom våre nettsøk sier i grunn alt om oss som personer, hva vi liker og hva vi er opptatt av. Det finnes knapt data om oss selv som er mer selvutleverende og personlige enn vår søkehistorikk. Dersom Facebook er kuleste jenta i klassen, eller svigermor for så vidt, er Google en nær venn. Selvrepresentasjon på Facebook er i høyeste grad bevisst konstruert og sensurert; måten vi framstiller oss selv i

slike fora er ofte for å imponere eller å passe inn i familien. Med en bestevenn, derimot, kan vi være mer fortrolige, ærligere og usensurerte. 'Meg kan du si alt til' har fått en helt ny mening i søkesamfunnets tidsalder.

At det er mange ting vi heller deler med maskinen enn med mennesker blir veldig tydelig når man skummer gjennom søkeordene i AOL-dataene. Den grufulle søkehistorikken til no. 17556639 taler for seg i så måte. Her er det snakk om gjentatte søk med termer som 'hvordan drepe kona', 'konemorder', 'bilder av døde mennesker' og 'bilder av bilulykker'. Søkehistorikken til mannen som ser ut til å planlegge mordet på sin kone skapte mye debatt på nettet, og mange ytret sin fortvilelse i maktesløshet og avsky. Andre pekte på hvor ekstremt sensitive søkeord og søkestrenger er for misforståelser og feiltolkninger. Det ble spurt om man virkelig ønsker å vite hva folk egentlig tenker og er opptatt av, men det eneste man kunne gjøre var å konstatere at våre nettsøk er så nære vi kommer menneskers indre tanker.

AOL-skandalen synliggjorde hvor lite som skal til for at personer identifiseres og skremmende interesser og tanker om alt fra mord, selvmord og makabre ulykker avdekkes. At det er så mange som tilsynelatende helt ukritisk søker på alt fra a til å tyder på at det er noe ved søkemotorer som skaper enorm tillit, og at mange søkere er blottet for selvsensur og bevissthet om at andre en gang kan få tilgang til det de skriver.

Men folks søkehistorikk kan også være nyttig og potensielt livreddende informasjon. Som vitenskapelig verktøy kan det gi oss verdifull informasjon om tanke- og handlingsmønster til hele folkegrupper – samt disses helsetilstand og velvære. Den siste tiden har folks søk om sykdom blitt brukt av Google for å synliggjøre influensaepidemiens spredning. Google Flu Trends er en varslingsjeneste som nylig også ble lansert i Norge og som integrerer offentlig influensastatistikk med nordmenns egne søkeord etter influensasymptomer for å gi mer nøyaktige tall om viruset og hvor mange som er rammet.

Men samtidig som verdien av å se store mengder søkehistorikk og kunne bruke denne vitenskapelig virker stor, må etiske og personvernmessige problemstillinger rundt synligheten av individuelle søk problematiseres. Det er nok til en veldig stor grad blitt slik at vi som enkeltmennesker søker som om ingen noen gang skal få vite hva vi søker etter.

Den enorme tilliten vi som brukere har til både den personlige datamaskinen og lekne, fargerike Google er oppsiktsvekkende. Det personlige og usensurerte i måten vi bruker søkemoterer på viser at nettsøk har blitt et fenomen vi i stor grad tar for gitt. Men det må reflekteres over søkenes rolle og det faktum at søkemotorer har revolusjonert vår hverdag. Tidligere utilgjengelig informasjon lar seg nå finne i løpet av et brøkdels sekund.

Vi lever i en kultur der dataalgoritmer formaliserer menneskelig adferd og påvirker hva vi tilegner oss av kunnskap. Det sies at et bilde sier mer enn 1000 ord, men et Google-søk sier kanskje mer.