心得

在這次課程中，老師請來艾思企業執行長來為我們介紹該企業，一開始在簡報中所提及，認為透過網路社群的「Give and Take」所形成的「人的知識共創」平台，不僅可創造出前所未有「群眾智慧（THE WISDOM OF CROWDS）」，還可以讓資源可以互相分享，而對於此點我深感興趣，以前曾聽說群眾智慧的力量可以勝過一位專家，但在現在資訊發達的時代，網路上流竄著各式各樣的資訊，其中不乏有真實，也有捏造的，在之前曾看過報導，有70%的民眾更傾向觀看假新聞，而且假新聞的傳播方式，靠的竟然不是機器或是病毒惡意發送，而是靠網友們間的互相分享與傳遞，執行長在課堂中所說，沒有人會無聊到在網站上發送假的資訊，但其實現在有越來越多的人上網並不是為了特地目的，而是單純一種習慣，甚至已變成一種生活模式，所以在群眾智慧的一塊，我認為有待篩選正確的資訊。

以我為例，其實對於一位女大學生來說，在經濟有限的情況下作為一位理性消費者，購買商品前都會透過網路去尋找該產品的使用評價和推薦指數，但由於Urcosme中的文章越來越多是業配，或是很明顯看出非本身推薦的文章，所以對該網站的信賴程度越來越低，而轉向youtube或是instagram上搜尋該產品作評比，就像老師所說，消費者是很聰明的，當一個平台越來越多不正確的資訊存在，不但增加收尋正確資訊的難度，還會使消費者對其的信賴程度降低。