

תרגיל בית 2ב' – עבודה ביחידים

שם המאמר: Crystallization: How Social Media Facilitates Social Construction of Reality

מטרת המאמר:

מטרת המאמר היא להבין את האופן בו נבנות המציאות החברתית בעידן המדיה החברתי עם המונע מידע ש מגיע מהפרט אל הכלל (משתמשים אל המשתמשים האחרים באותה רשת חברתית). איך תפיסת סדר היום של המציאות (מחשבות, פוליטית מציאותית וכו'...) של האנשים מתבטאת ע"י המדיה החברתית, דבר זה נקרא התגבשות (Crystallization). בנוסף, איך אנשים תופסים את המציאות דרך הרשותות החברתיות ואיך זה משקף על המציאות שלהם.

תיאור טכנולוגיות מחקרים במאמר:

ישנם אלגוריתמים ברשותות חברותיות מסוימות כמו פייסבוק, אינסטגרם וכו' המשקפות את החדשנות הפופולרית ביותר, כגון: "המ Amar האהוב ביותר" או "המ Amar שנשלח בדו"ל כי הרבה פעמים". זה גורש ע"י אלגוריתמים ממחשבים אשר מוחדרים לרשות החברה שלנו וכך בעצם מגדירים לנו את סדר היום והמחשבה. האלגוריתמים חשופים גם לManipולציה על ידי האקרים ולהשפעות נוספות. לכן, מה שאנשים רואים כחדשנות חשובה יתכן שהוא לא באמת משקף במדוק את תפיסות המשתמשים האחרים.

לדוגמה: ניקח את פייסבוק, שיש לה אלגוריתמים בדפים שלה שマראים דברים באופן סלקטיבי אליה אשר עושים לשנות את סדר היום החברתי והמחשבתי שלנו - האנשים פשוטים ע"י אלגוריתמים אלו.

סיכום המאמר:

במאמר זה מדובר בתהילך שנקרא התגבשות כלומר איך תחוות המציאות של הפרט תלוי במידע שהוא נחשף אליו וביחסו כלפי אותו מידע. עבור משתמשי מדיה חברתית, מידע זה מגיע לעיתים קרובות דרך רשות החברה המקוונת של אדם אחד שמעביר את המידע. בנוסף, ישנו מושג הנקרא "תיבת תהודה" שבו אנשים הם חלק מקבוצות קטנות יותר שחופפים לנתק' מבט (מציאות) דומה ופחות מזויה עם החברה באופן כללי. ישנים גם אנשים עם רשות חברתית מגוונת יותר המנסכמים עם הכלל למגוון דעות. בغالל גיוון הדעות הם אפילו יחשבו שהמציאות שלהם היא ה-"מציאות האמיתית". בסופו של דבר במאקרו יהיה פיצול הולך וגובר של שני התפישות הציבור.

החינוך במודל ההגבשות הוא שיפור הנגישות לרשותות חברתיות ועל הנושאים החשובים. בדרך הקודם היו מגבלות זמן ומרקם שהגבילו אינטראקציות בין אנשים וכיום במדיה החברתית זה זמין מאד. פעם אנשים לא יכולו להגיד את דעתם פניהם בשונה ממה שקרה היום ברשותות חברתיות. בנוסף, היו עיתונים וידענים היכן שהדעות החשובות יהיו לפי פרישת העיתון, גודל המודעה ובחדשות הטלוויזיה כאשר הייתה ידיעה חשובה היא הייתה משודרת בין הראשונות. כתעת אינטרנט וברשותות חברתיות יש אלגוריתמים "זדוניים" המשנים את דעתם של האנשים לסלקטיבית או אובייקטיבית.

אלגוריתמים כמו: "ה Amar האהוב ביותר על הקהל", "למי עשו כי הרבה ל'יקים" או "מוס' צפיות" הם ממחשבים וקובעים את סדר היום שלנו ואת השפעתם על חיינו מחשבתיות ותודעתית. האלגוריתמים הללו חשופים לפריצה ע"י האקרים ודבר זה עשוי לשבש את תפיסת המשתמשים בעלי ידע נמוך בטכנולוגיה ומשקף להם מציאות אחרת.

האם מטרת המאמר הושגה?:

המאמר מסביר בהתחלה על איך ההבניה החברתית היא לא נהיית אובייקטיבית עם הזמן וכי רשותות חברתיות הופכות את כל העניין של ההבניה החברתית לסובייקטיבית, וקובעות לנו את המציאות. אנו רואים שהמטרה של המאמר דהיינו הושגה היום. כל אחד היום באמצעות יכולת האינטרנט והען להשיג את מה שהוא חפץ לו ובאמת יותר לחשוב סובייקטיבי לפי הרגש ומה שהוא ש�认שים הרוב מאשר אובייקטיבי לפי העובדות. **לדוגמה:** אם היינו בדור של פעם היה לנו באמת את החדשנות/עיתונים וכולם היו ניזונים מאותם מקורות מידע ולא היה שום מניפולציה על המידע והיום אנחנו ניזונים מידע ש-רוזים שנראה אותו כאובייקטיבי אך הוא לא באמת. כלומר יש אלגוריתמים מסוימים שנוטנים לנו הרגשה שהיא המידע שאנו רואים לצורך ויוצרים מניפולציות על המידע כך שנרגיש שהיא המידע שרצינו לצרוך ובכך בעצם ההבניה החברתית נעשית ע"י המדיה החברתית יותר כיוון.

הצעות נוספת של:

העולם כיום הולך לכיוון של משפי עני רשות עם זה כל מיני רשותות חברותיות כמו טיק טוק, פייסבוק, אינסטגרם וכו'. אני רואה שהכיון הזה עוד מתמשך ולא הולך להיות פה ממשו אחר בתקופה הקרובה لكن הצעה שלי זה למרות שאנו מוחשים באינטרנט ולפעמים נופלים למילכודות שטומננים לנו כמו שדיברו עליהם במאמר לדוגמא אלגוריתמים "זדוניים" כאלה ואחרים אז יותר לבדוק יותר להבחן מכיוון שכיום ההבניה החברתית היום יותר מסתמכת על מה כתוב במדיה.