# Assignment 3

## Câu hỏi:

1. Việc đánh vào các sở thích cá nhân là một công cụ mạnh mẽ tạo ảnh hưởng đến con người, làm cho họ ra quyết định theo ý của người điều khiển. Công ty Cambridge Analytica được xây dựng dựa trên nghiên cứu của Michael Kosinski, cho rằng một số lượng “like” nhất định trên facebook có thể giúp hiểu được con người, hơn là những gì mà người thân hay bạn bè của họ hay thậm chí chính bạn thân họ có thể hiểu, qua đó tác động đến việc lựa chọn của họ, chẳng hạn trong các cuộc bầu cử. Bạn có cho rằng, công ty như CA thực sự có thể ảnh hưởng đến các cuộc bầu cử? Bạn có trải nghiệm cá nhân nào về việc đánh giá một người khác chỉ qua hành vi của họ trên mạng xã hội?
2. Theo bạn làm thế nào để hạn chế ảnh hưởng của tin tức tràn lan trên mạng xã hội như Facebook lên quyết định của mỗi cá nhân. Ví dụ?

## Bài làm:

* Câu 1:
* Với việc sử dụng mạng xã hội một cách rộng rãi và phổ biến trong cộng đồng hiện nay, em nghĩ hoàn toán có thể dự đoán được tính cách, sở thích, tâm lý, hành động của họ thông qua các hành vi của họ trên mạng xã hội.
* Mặc dù có nhiều cách sử dụng mạng xã hội, có người sử dụng mạng xã hội như một kênh giao tiếp, nhưng đa phần mọi người sử dụng mạng xã hội như nơi để thể hiện phong các, lối sống, cái tôi của bản thân. Chính vì đó họ vô tình hé lộ ra thông tin, hành vi của bản thân trên mạng xã hội. Ví dụ:
  + Đối với các bài đăng: nếu một người thích thể hiện mối quan hệ bản thân rộng rãi, họ sẽ thường đăng các bài viết, hình ảnh chụp chung với người nổi tiếng. Nếu một người thích xu hướng theo đuổi mốt thời trang họ sẽ thường xuyên cập nhật hình ảnh các bộ quần áo mới theo trend.
  + Tương tự vậy, đối với các tương tác của một cá nhân như thích, bình luận một bài đăng trên mạng xã hội. Họ cũng sẽ hé lộ ra sở thích, tính cách của họ. Thậm chí, với hệ thống tương tác phong phú gồm nhiều cảm xúc như buồn, giận, thích, cười,… cho một bài viết. Việc đoán ra được khoảng cảm xúc của cá nhân rộng hơn. Ví dụ khi họ thích nhiều bài viết, fanpage các trang về kinh tế, thể hiện họ đặc biệt chú trọng đến kinh tế thị trường. Nếu họ thể hiện nhiều cảm xúc về những bài viết về động vật thể hiện rõ họ rất quan tâm về thú nuôi, động vật,….
* Dựa vào tính cách, sở thích, xu hướng, hành vi,… được phân tích ra dựa trên việc thu thập dữ liệu người dùng trên mạng xã hội. Ta hoàn toàn có thể dự đoán, thao túng các hành vi người dùng thông qua các hoạt động trực tiếp hoặc gián tiếp.
* Trong bài viết Cambridge Analytica (CA) cũng dựa vào dữ liệu thu thập của người dùng trên mạng xã hội để phân tích, biết rõ hơn về các đối tượng nhắm tới trong các cuộc bầu cử. Họ sử dụng thông tin thu thập được để phục vụ các nhà ứng cử. Ví dụ họ có thể dựa trên thông tin để truyền thông các mặt tích cực mà nhóm người dùng đang có nhu cầu hướng tới, thể hiện được mặt tốt của ứng cử viên để gián tiếp làm người bầu cử lựa chọn,….
* Một ví dụ về trải nghiệm cá nhân về việc đánh giá một người khác chỉ qua hành vi của họ trên mạng xã hội:
  + Hiện nay khi một cá nhân đang có nhu cầu tìm hiểu về một dịch vụ cụ thể ví dụ như khóa học tiếng anh. Họ sẽ có các hành vi trên mạng xã hội như tìm kiếm các trang trung tâm tiếng anh, thích bài đăng về khóa học tiếng anh, tìm kiếm từ khóa về khóa học,…. Ngay sau đó, dữ liệu của người dùng sẽ được thu thập, phân tích và đánh giá rằng họ đang có nhu cầu trong dịch vụ học tiếng anh. Các trang web lớn như facebook, google sẽ đánh giá qua đó đưa ra các quảng cáo về các mục này để gợi ý người dùng.
* Câu 2:
* Đối với hiện tượng các tin tức, thông tin tràn lan và không được kiểm duyệt trên mạng xã hội hiện nay có thể gây ảnh hưởng nhiều đến nhận thức của cộng đồng. Tuy nhiên theo em, mỗi cá nhân hoàn toàn có thể kiểm soát để tránh bị ảnh hưởng bởi các thông tin này bằng việc nhìn nhận thông tin, vấn đề ta tiếp nhận một cách khách quan qua 5 bước cụ thể sau:
  + Thu thập thông tin: Đầu tiên khi ta tiếp nhận một vấn đề, ta cần tìm hiểu thêm nhiều thông tin xung quanh vấn đề đó, để ta có thêm cách nhìn vấn đề đó trên nhiều khía cạnh.
  + Xác định các lựa chọn: Sau khi thu thập thông tin, ta cần xem xác tất cả các khía cạnh để xác định các cách tiếp cận, nhìn nhận và đưa ra các quyết định có thể xảy ra cho vấn đề này.
  + Đánh giá và lựa chọn các quyết định: Chúng ta cần đánh giá cụ thể về hậu quả, lợi ích, sự tác động của từng quyết định đối với mỗi đối tượng bị ảnh hưởng. Chúng ta cần đánh giá một cách thật khách quan trên từng quyết định này để lựa chọn quyết định phù hợp.
  + Thực hiện quyết định: thực hiện, hành động lựa chọn ta đã quyết định ở bước trước đó.
  + Đánh giá kết quả: Ở bước này, ta cần đánh giá lại các phản ứng cụ thể khi thực hiện quyết định đó. Xem thử các tác động ảnh hưởng, hậu quả xảy ra có đúng với chúng ta nhận định không. Từ đó rút ra kinh nghiệm khi đánh giá lựa chọn quyết định khác.
* Ví dụ bản thân: Vào khoảng nửa năm trước, trong tình hình diễn biến dịch bệnh Covid phức tạp. Có rất nhiều bài đăng, thông tin về dịch bệnh, ví dụ các thông tin về các loại thuốc chống Covid, thông tin tác hại của Vaccine, thông tin bị nhiễm bệnh sẽ có tỉ lệ tử vong khá cao, thông tin về các hoạt động từ thiện giúp đỡ các vùng dịch,…. Trước khi đưa ra các quyết định như tương tác, chia sẻ bài viết, …. Em đã tìm hiểu rất nhiều thông tin xung quanh các vấn đề này. Ví dụ: về các thuốc đặc trị Covid, Vaccine bằng cách tìm hiểu thông tin về hãng thuốc, dược phẩm, thành phần, các bài báo tiếng Anh. Sau khi thu thập thông tin thì mới biết đa phần là các tin không có cơ sở hoặc bài báo khoa học cụ thể chứng minh nên nếu chia sẻ, tương tác các bài viết như vậy sẽ gây hoang mang, ảnh hưởng tiêu cực đến cộng đồng trong thời điểm dịch đang căng thẳng. Thay vào đó các bài viết như từ thiện, sự hỗ trợ, giúp đỡ từ chính quyền, địa phương mặc dù có một số tiêu cực trong công tác triển khai như chậm trễ, kéo dài,… Tuy nhiên các sự hỗ trợ, giúp đỡ này hoàn toàn có diễn ra và chỉ bị một số thành phần nhỏ làm tiêu cực các hoạt động, đồng thời các thông tin như vậy sẽ mang lại một cái nhìn tích cực cho cộng đồng để vượt qua giai đoạn khó khăn của dịch nên em tương tác và chia sẻ một số bài viết về các vấn đề này mà em được tham gia hoặc chứng kiến.