

17.96x32.34	1	עמוד 16	כותרת - גלובס	03/2018	62924085-6
ה העברית בירושלים השכלה גבוהה - אוניברסיטאות ומכללי - 22111					



צילום: רויטרס

מייסד פייסבוק מרק צוקרברג. רוב המשתמשים לא טורחים לשנות את הגדרות הפרטיות שלהם בפייסבוק

פרטיות באינטרנט

כשאשליית השליטה בפייסבוק מתפוגגת

הסערה האחרונה ברשתות החברתיות הן רק עוד דוגמה לאשליית שאנחנו מוכרים לעצמנו



ד"ר רננה פרס

הרוחות ברשת סוערות. "פרטים על 50 מיליון משתמשי פייסבוק דלפו לגורם שלישי", זועקות הכותרות. הגולשים זועמים, אילון מאסק מוחק את חשבון הפייסבוק של טסלה וספייס אקס. פייסבוק מתנצלת ומבטיחה לחקור. אחת לזמן מה, מתרחשת סערת רשת תורנית שקשורה בפרטיות. כולם מזדעזעים, נחרדים לחשוב שפרטי חייהם, אישיותם, חבריהם, עיסוקיהם ומקומות הבילוי שלהם מועברים לידי גורמים מסחריים, ואז מה? מתנתקים? מסתגרים? להיפך. ממשכים להעלות לרשת תמונות של הילדים, דיווחים על בילויים, דעות ופרטים אישיים כאילו לא היו דברים מעולם, והחשבון שלהם ברשת החברתית הוא לא יותר מאשר מגירה בארון הפרטי שבבית. איך אפשר להסביר את הפרדוקס הזה? מה מקור הזעזוע? הרי "קיימברידג' אנליטיקס" לא עשתה שימוש בפרטי כרטיסי אשראי ולא גנבה כספים ממשתמשים. בסך הכל, הם השתמשו במידע לצורך בניית פרופילים

והתאמה טובה יותר של פעילות שיווקית, מהסוג שפייסבוק, אינסטגרם, אמזון ושאר הפלטפורמות האינטרנטיות מבצעות באופן שוטף וכחלק משגרת היומיום שלהן. הרי ברור לכל בר דעת שהחשבון שלנו ברשתות החברתיות איננו המקום הפרטי והאישי שלנו. אנחנו יודעים שהפלטפורמות האלה שייכות לגופים מסחריים, שמקור ההכנסה העיקרי שלהם הוא בדיוק המידע הזה עלינו. אז על מה בדיוק הרעש? חוקרים התנהגותיים מגדירים מושג שנקרא "אשליית השליטה". משמעותו היא, שאנשים צריכים לחוש, בכל רגע נתון, שהם נמצאים בשליטה על מעשיהם ופעולותיהם, ושהם מבינים את הקשר הסיבתי בין מה שמתרחש בעולם סביבם להתנהגויות שלהם. אנחנו בחיפוש מתמיד של סיבות - נפלת וקיבלת מכה? היית צריכה להיזהר יותר. חווית הצלחה עסקית? זאת תוצאה של עבודה קשה. ניצחנו? אלוהים איתנו. אנחנו מרגישים ביטחון ונוחות כשאנחנו מבינים קשרי סיבה ותוצאה סביבנו ואובדן הקשר הזה מערער את תחושת היציבות והביטחון שלנו. הרשתות החברתיות מייצרות אשליית שליטה מושלמת. יש לנו חשבון אישי שמוגן בסיסמה, אנחנו מטפחים,

עוקבים וחברים של אנשים שאנחנו צריכים לאשר בקפידה. הממשק - הפיד בפייסבוק או העמוד שלנו באינסטגרם - הוא אישי ומותאם למה שאנחנו רוצים ואוהבים. ברוב הרשתות החברתיות יש לנו את היכולת לחסום, לערוך, לסנן ולברור מי אנחנו רוצים שייחשף אלינו. אלה סכיבות שמעוצבות כמו מרחב אישי ופרטי ויוצרות אשליית שליטה. האשליה היא חזקה עד כדי כך, שרוב המשתמשים לא טורחים בכלל לשנות את הגדרות הפרטיות שלהם. נתונים מפייסבוק ואינסטגרם מראים שלמעלה מ-50% מהמשתמשים לא משנים את הגדרות הפרטיות שלהם, ומשאירים אותה בהגדרות ברירת המחדל. המשתמש הסביר יודע שהרשת עושה שימוש בפרטים, אבל הידעיה הזאת לא חודרת את חומת אשליית השליטה. לכן, כשאשליית השליטה מתפוגגת, התגובות הן קשות מאוד. אשליית השליטה נשמרת גם במעבר בין רשתות חברתיות. אחת הפעולות השגרתיות של אנשים שמגיסים כוח אדם בארגונים, היא לערוך חיפוש על המועמד באינטרנט וברשתות החברתיות. כך למשל, אפשר למצוא את המועמד לתפקיד מנהל הפרויקט מציג בלינקד אין, הרשת החברתית המקצועית, קורות חיים, תמונות רשמיות,

והגיגים מקצועיים, אבל בפייסבוק אפשר לראות אותו שיכור במסיבת בריכה או כותב פוסט נאצה פוליטי. מה הוא חשב לעצמו? במונחים של אשליית שליטה, מדובר פה על מקרה של חוסר העברה - אנשים לא רואים את המרחב הווירטואלי כמרחב אחד, אלא מתנהגים כאילו כל פלטפורמה אינטרנטית היא נפרדת, ואין ביניהן קשר. אז מה עושים? ברור שהרשתות החברתיות צריכות לכבד את החוויה הבלתי כתוב עם המשתמשים ולנהוג באחריות ובאתיקה, אבל גם אנחנו כמשתמשים צריכים להיות מודעים לכוח של אשליית השליטה ולשאול את עצמנו, בכל מה שאנחנו מעלים לרשת - האם יש משהו בעולם שלא היינו רוצים שיראה את מה שאנחנו מעלים? האם מה שאנחנו רוצים להעלות יכול לגרום לנו אי נוחות בהקשר מסוים? אם התשובה היא כן - עדיף לא לשתף. הרשת החברתית היא אוסף של חורים שאין לנו באמת יכולת לשלוט על מה עובר דרכם ומה נשאר בתוכם. מה שאנחנו רוצים שלא ייחשף לעולם - מוטב ונשאיר אצלנו. ●

הכותרת היא חוקרת בתחום רשתות חברתיות בביה"ס למינהל עסקים באוני' העברית.