

VÕTI**1. Selgita artikli põhjal mõistet „filtri mull“. (10 punkti)**

(1) Selgitus võib tugineda näidetele tekstist.

Eli Pariser võttis kasutusele mõiste „filtri mull“. See tekib Facebooki algoritmide mõjul: need tahavad pakkuda inimestele parimat kasutuskogemust ning tuua nende uudisvoogu ja reklaamipakkumistesse vaid sellist sisu, mis neile tõesti meeldida võiks. Nii näevadki kasutajad oma Facebooki uudisvoos peamiselt nende kasutajate postitusi ja jagamisi, kelle profiili nad ise kõige sagedamini külastavad ning kes ise samuti nende postitustele kommentaari või laigiga reageerivad. Sellistest kasutajatest moodustub ideaalauditoorium, kes jagab kasutajaga samu väärtusi, on samasuguse sotsiaalse tausta, harjumuste ja eelistustega. Ideaalringist ehk Facebooki grupist („meie inimestest“) välja jäävate kasutajate postitusi ning teistsuguseid seisukohti kuvatakse kasutaja uudisvoos harva. Need hajuvad ajapikku ja kaovad lõpuks. Selle tõttu kaob uudisvoost ka kogu mitmekesisus (teistsugused väärtused, arusaamad ja mõttemustrid).

(2) Selgitus võib tugineda üldistusele.

Suure hulga informatsiooniga toime tulemiseks, selle mõtestamiseks ning seejärel otsuste langetamiseks vajavad inimesed erinevaid filtreid, mis aitavad aru saada, mis on oluline ning mis mitte. Info ülekülluse puhul aitavad filtrid sõeluda ebaolulisest välja olulise. Internetigigandid/suhtlusportaalid (nt Facebook) on filtreid luues tekitanud mulli, mis kitsendab kasutajate valikuid ja maailma nägemist. Kasutaja seniste eelistuste ja olemasolevate huvide põhjal modelleeritakse talle pilt reaalsusest, millesse ükskõik missugune teistsugusus enam sisse ei mahu.

2. Analüüsi artikli seost pealkirja ja motoga. Miks kasutab autor väljendit „hea uus ilm“? (15 punkti)

Artiklis „Facebooki „hea uus ilm““ toetub autor kahele kirjanduslikule eeskujule. Motoks on tsitaat W. Shakespeare'i näidendist „Torm“, milles on laused „Kui ilus inimkond on! Hea uus ilm, / kus niisugune rahvas peal!“, tekstis toob autor näiteid A. Huxley düstopiast „Hea uus ilm“, kus hästi saavad hakkama need, kes ei erine massist.

Autor kasutab nii pealkirjas kui ka artiklis (korduvalt) väljendit „hea uus ilm“. (Pealkirjas kasutatud väljend „hea uus ilm“ mõjub teksti sisu silmas pidades pigem irooniliselt.) Artiklis käsitletud „hea uus ilm“ ehk Facebook on petlik (seetõttu ka jutumärgid hea uue ilma ümber). Seda toetab võrdlus A. Huxley düstopiaga. Facebooki pealtnäha/esmapilgul ideaalne maailm osutub valeks: neid, kes erinevad, halvustatakse, algoritmid loovad nn ideaalauditooriumi (nn meie inimesed, kes jagavad kasutajaga samu väärtusi, on samasuguse sotsiaalse tausta ja harjumustega) ja välistavad kokkupuute nendega, kes erinevad. Facebookis tekivad paralleelmaailmad, millest me/kasutajad midagi ei tea niikaua, kuni tekib reaalne konflikt.

3. Sõnasta artiklist lähtudes neli põhjust, miks loovad Facebooki kasutajad endast ideaalse minapildi, kaugenedes selle nimel tegelikkusest. (15 punkti)

Facebooki kasutaja loob endast ideaalse minapildi, sest

- 1) minapildi kaudu saab mõjutada (tulevast) tööandjat: Facebookis profiili omamine on muutunud nii enesestmõistetavaks, et näiteks tööandja võib tööle kandideerijat, kel ei ole Facebooki profiili, pidada kahtlaseks;
- 2) ta tahab, et teised/„sõbrad“ teaksid, mida ta väärtustab, mis on talle tähtis, ta saab selle kaudu mõjutada, kuidas teised teda näevad;
- 3) nii saab koguda sotsiaalset kapitali (mainet, lugupeetavust ja sidemeid), saada eeliseid konkurentsist teistega;

- 4) soovitakse kuuluda võrgustikesse, suhelda enda jaoks oluliste inimestega („Kes ometi tahab tänapäeval, mil „kallimaks kui kullakoormad tuleb tutvust tunnistada“, vabatahtlikult sellisest sotsiaalse kapitali kogumise võimalusest ilma jääda?“);
- 5) ka teised näitavad Facebookis oma elust klantspilti („Püüame hüpata üle oma varju, sest kõik teised seda ju teevad“);
- 6) naabrist-parem-mõttemiis sunnib pingutama, kasutaja tahab näidata ennast parema, targema, vaimukama, ilusama ja lahedamana, kui ta tegelikult on;
- 7) soovib kuuluda gruppi, tunda, et ta on „meie“, mitte „nemad“ (näited pagulaspoliitikasse suhtumise ja kloordioksiidi kasutamise kohta);
- 8) „Facebook ei ole enamjaolt see koht, kus kurta või halada, sinna ei postitata fotosid kurbadest sündmustest ega lahata avalikult oma muresid. Seega püüab enamik Facebooki kasutajatest konstrueerida endast ja ümbritsevast illusoorse pildi“;
- 9) Facebookis tegeletakse sotsiaalse võrdlemisega ja sellepärast on kasutajal hirm saada negatiivseid reageeringuid, mis madalama enesehinnanguga inimestes võivad tekitada depressiooni, kurvameelsust, alaväärsustunnet, armukadedust; alaväärsustunnet võivad tekitada ka teiste ideaalpostitused, mille kõrval uudisvoo jälgija enesehinnang langeb.