

הערכת אמינותו של תוכן מדעי בפייסבוק: בין הנצפה למדווח

ארנון הרשקוביץ

אוניברסיטת תל-אביב

arnonhe@tauex.tau.ac.il

אביעד רוטבוים

אוניברסיטת תל-אביב

aviadrotboim@gmail.com

אדי לבנטמן

אוניברסיטת תל-אביב

eddie@webdiz.co.il

Assessing Credibility of Scientific Content on Facebook: Observed vs. Reported

Eddie Leventman

Tel Aviv University

Aviad Rotboim

Tel Aviv University

Arnon Hershkovitz

Tel Aviv University

Abstract

As social networking sites (e.g., Facebook) become extremely popular, many Internet users consume much information via these sites, scientific information included. However, as information in these platforms can be created and edit by any user – it is not necessarily credible. In this study, we examine students' credibility assessment process of scientific content in Facebook statuses. In particular, we examine the role of social components of the content (e.g., number of "Likes") in that process. In order to get as objective and as accurate picture of the phenomenon as possible, we collected data using an eye tracking camera, which documented the locations on the screen on which the participants had actually looked during the examination of the statuses. In addition, we asked the participants to report on the components that took part in the credibility assessment process. The findings suggest a complex picture of the heuristics taken by the participants for assessing credibility of scientific content on Facebook. Specifically, the findings highlight the role of social components in this process, the differences in credibility assessments of "positively" vs. "negatively"-designed statuses, and the discrepancy between the participants' reports and their observations.

Keywords: Information credibility, social networking sites, heuristics.

תקציר

לאור הפופולריות הגדולה של אתרי רשתות חברתיות, דוגמת פייסבוק, גולשים רבים באינטרנט צורכים מידע רב מאתרים אלו מדי יום, כולל מידע מדעי. עם זאת, מידע המועבר בפלטפורמות אלו – כיוון שהוא יכול להיווצר או להיערך על ידי כל גולש – אינו בהכרח אמין. במחקר זה אנו בודקים תהליכי הערכת אמינותו של תוכן מדעי בסטטוסים בפייסבוק על ידי סטודנטים, ובפרט מתייחסים למקומם של המרכיבים החברתיים של התוכן (למשל, מספר ה"לייקים") בתהליך זה. על מנת לקבל תמונה אובייקטיבית ומדויקת של התהליך, אספנו נתונים באמצעות מצלמה למעקב אחר תנועות עיניהם, המאפשרת לדעת לאן מביטים המשתתפים במסך בזמן הצפייה בסטטוסים. בנוסף, ביקשנו מן המשתתפים לדווח על המרכיבים שלקחו חלק בתהליך. מן הממצאים עולה תמונה מורכבת של ההיוריסטיקות בהן נוקטים המשתמשים להערכת אמינותו של מידע מדעי בפייסבוק. בפרט, מודגשים דרכם נוכחותם של המרכיבים החברתיים בתהליך ההערכה, הבדלים בתהליך זה בין סטטוסים המעוצבים באופן "חיובי" לבין אלו המעוצבים באופן "שלילי" וחוסר התאמה בין דיווחי המשתתפים למידע הנצפה.

מילות מפתח: אמינות מידע, אתרי רשתות חברתיות, היוריסטיקות.

ספר הכנס האחד-עשר לחקר חדשנות וטכנולוגיות למידה ע"ש צ"ייס: האדם הלומד בעידן הטכנולוגי עשת-אלקלעי, א' בלאו, א' כספי, נ' גרי, י' קלמן, ו' זילבר-ורוד (עורכים), רעננה: האוניברסיטה הפתוחה

מבוא

גולשים רבים באינטרנט צורכים כיום מידע רב ומגוון באתרי רשתות חברתיות, דוגמת פייסבוק (Kim & Sin, 2014; Holcomb, Gottfried & Mitchell, 2013). יחד עם זאת, אתרים אלו נתפסים עדין בתור מקור לא אמין למידע (Johnson & Kaye, 2015, 2014), וזאת בשל סיבות כגון ריבוי מקורות מידע, מחסור בסממנים המעידים על סמכות ומוניטין (של מפרסם המידע ו/או של מקור המידע) ומחסור במנגנוני בקרת איכות (Johnson & Kaye, 2014; Flanagan & Metzger, 2011; Metzger, 2007). כל אלו יוצרים קושי בהערכת אמינותו של המידע המופיע באתרי רשתות חברתיות, מידע אשר עשוי להיות גורם משפיע בתהליך קבלת החלטות של צרכניו או בהקשרים רחבים של למידה. בשל כך, עולה החשיבות שבהערכה נכונה את אמינותו של המידע בפלטפורמות אלו (Goldman & Scardamalia, 2013).

המושג "אמינות מידע" מתייחס למידה שבה הפרט תופס את המידע כאמין, אמיתי, מדויק, מועיל או עובדתי (Metzger, 2007; Metzger, Flanagan, Eyal, Lemus & McCann, 2003). בתהליך הערכת אמינותו של מידע לוקחים חלק גורמים רבים, כגון מקור המידע, התוכן והמדיה בה פורסם, ומכאן מורכבותו (Choi & Stvilia, 2015; Metzger et al., 2011). גולשים רבים אינם משקיעים זמן מספק בהערכה ביקורתית של מידע מקוון (Kim, Sin & Yoo-Lee, 2013; Metzger, 2007). בזמן הקצר המוקדש להערכת המידע, קיימת נטייה אצל רבים להתבסס על "מרכיבים פריפריאליים" (כדוגמת עיצוב) ועל היוריסטיקות שונות, לצמצום את העומס הקוגניטיבי הקשור בתהליך (Lim, 2013; Lucassen, Muilwijk, Noordzij & Schraagen, 2013; Lucassen & Schraagen 2011).

באתרי רשתות חברתיות, נמצאו מרכיבים פריפריאליים רבים הקשורים לתהליך הערכת אמינות מידע: כאלו הקשורים למפרסם (לדוגמא, תמונת פרופיל או שם משתמש), למנגנונים חברתיים (לדוגמא, תגובות, קשר חברתי למפרסם), או לעדכניות (Kim & Sin, 2015; Ballantine, Lin & Veer, 2015; Kim & Sin, 2014; Kim, Sin & He, 2013; Morris et al., 2012; Yang et al., 2013).

למרות שהערכת אמינות המידע נעשית, בדרך כלל, ברמת הפריט הבודד, ישנם רק מעט מחקרים העוסקים ברמה זו (בניגוד למחקר רב ברמת האתר), ובכך מתמקד המחקר הנוכחי. בנוסף לזאת, רוב המחקר בתחום מתבסס על דיווחי משתמשים, ואנו משווים דיווחים אלו עם נתונים אובייקטיביים הנאספים באמצעות מצלמה למעקב אחר תנועות עיניים.

מתודולוגיה

מטרת המחקר ושאלות המחקר

מטרת מחקר זה הינה לזהות מרכיבים והיוריסטיקות בהם עושים סטודנטים שימוש בתהליך הערכת אמינות מידע של תוכן מדעי בפייסבוק. בפרט, נשווה בין התהליך המדווח לזה הנצפה שאלות המחקר הן:

1. על אילו מרכיבים של סטטוס בפייסבוק **מסתכלים** סטודנטים במהלך הערכת אמינותו?
2. לאילו מרכיבים של סטטוס בפייסבוק **מדווחים** סטודנטים שהם מתייחסים במהלך הערכת אמינותו?

אוכלוסיית המחקר

במחקר השתתפו 20 סטודנטים מאוניברסיטה במרכז הארץ שגויסו שרירותית בזמן שהותם בספרייה. מתוכם, 11 גברים ו-9 נשים; פרט לאחת (שהינה תלמידה לתואר שלישי), כל המשתתפים הינם סטודנטים לתואר ראשון מפקולטות שונות. גילאי המשתתפים נעו בין 19 ל-48 (ממוצע 24.9, ס.ת. 5.5).

כלי המחקר והליך המחקר

כל אחד מהנבדקים במחקר נחשף לשני סטטוסים מדעיים שמקורם-לכאורה בפייסבוק, להלן "סטטוס היין" ו"סטטוס החולד"; הסטטוסים הופיעו אחד אחרי השני, כאשר כמחצית מהנבדקים (בחלוקה שרירותית) ראו את סטטוס היין ראשון והחצי השני – את סטטוס החולד ראשון. הסטטוסים עוצבו על ידי מאפיינים פריפריאליים שונים, כך שסטטוס היין עוצב להיות "חיובי" וסטטוס החולד "שלילי": סטטוס היין הכיל מספר גבוה של "לייקים", תגובות ושיתופים, בעוד שסטטוס החולד הכיל מספר נמוך של "לייקים" ותגובות ואף לא שיתוף אחד. בנוסף, היו הבדלים בשם המשתמש ("מדע לכל" בסטטוס היין, "רפואה שלמה" בסטטוס החולד) ובתמונת הפרופיל

(תמונה מושכת בסטטוס היין, תמונת ברירת המחדל של פייסבוק בסטטוס החולד). התוכן בשני הסטטוסים עוצב להיות באותה רמת קושי ובאותה רמת עניין. שני הסטטוסים מובאים באיור 1.

בזמן הצפייה בסטטוסים, צולמו המשתתפים באמצעות מצלמה למעקב תנועות עיניים (Eye-tracking), המתעדת את מיקוד מבטם על המסך. לשם כך, השתמשנו במצלמת Eye Tribe Tacker, של חברת The Eye Tribe (Dalmaijer, 2014); איסוף הנתונים התבצע באמצעות תוכנת EyeProof של אותה החברה, על פי אזורים בסטטוסים אותם הגדרנו מראש (טבלה 1 ואיור 1). לאחר הצפייה בכל אחד מן הסטטוסים, דירגו המשתתפים היגדים המתייחסים לדעתם על הסטטוס (רשימת ההיגדים מובאת בטבלה 2); הדירוג התבצע באמצעות סולם ליקרט בן שש רמות (1 – בהחלט לא מסכים, 6 – מסכים בהחלט). בנוסף, התבקשו המשתתפים לדרג את תחושותיהם לגבי הסטטוס על סולם ליקרט בן 6 רמות (1 – שליליות מאוד, עד 6 – חיוביות מאוד).

לאחר השלמת המשימה בעבור שני הסטטוסים, נתבקשו הנבדקים לסמן את מידת החשיבות של כל אחד ממרכיבי הסטטוס בעת קביעת אמינות מידע של סטטוסים (רשימת המרכיבים מובאת בטבלה 4); הסימון התבצע על סולם ליקרט בין 1 (כלל לא חשוב) ל-6 (חשוב מאוד).

The figure displays four screenshots of Facebook status updates, each showing the same content in a different area (Area-1 to Area-9) to illustrate eye-tracking points. The content includes a text post about mole-related products and a photo of hands holding grapes. The screenshots are arranged in a 2x2 grid. Each screenshot shows the Facebook interface with the post content and engagement metrics (likes, comments, shares).

איור 1. סטטוס היין (מימין) וסטטוס החולד (משמאל); למטה – החלוקה לאזורי עניין

טבלה 1. פילוח מרכיבי הסטטוס לפי אזורי עניין במערכת Eye Tribe Tracker

מרכיב	אזור
תמונת פרופיל	1
שם משתמש	2
תאריך פרסום	3
תוכן	4
קישור למקור מידע	5
תמונה	6
מספר "לייקים"	7
מספר תגובות	8
מספר שיתופים	9

ממצאי המחקר

תפיסות המשתתפים את שני הסטטוסים

כזכור, דירגו המשתתפים מספר היגדים ביחס לתפיסתם את כל אחד מן הסטטוסים. כפי שעולה מן הממצאים, הבדלים מובהקים נמצאו רק בתפיסת אמינות הסטטוסים ובתחושות כלפיהם. סטטוס היין דורג כאמין יותר (ממוצע 4.1, ס.ת. 1.4) מאשר סטטוס החולד (ממוצע 3.1, ס.ת. 1.3); הבדל זה נמצא מובהק עם $Z(19) = 2.1$, במידת מובהקות $p < 0.05$ ומשמעותי, עם גודל אפקט בינוני, $r = 0.5$ (מחושב על ידי $r = Z/\sqrt{N}$, על פי רוזנטל (Rosenthal, 1994). בנוסף, סטטוס היין דורג כמשדר תחושות חיוביות יותר (ממוצע 4.3, ס.ת. 0.8) מאשר סטטוס החולד (ממוצע 3.6, ס.ת. 1.1); הבדל זה נמצא מובהק עם $Z(19) = 2.0$ במידת מובהקות $p < 0.05$ ומשמעותי, עם גודל אפקט בינוני, $r = 0.4$. ההשוואות בוצעו באמצעות מבחן Wilcoxon למשתנים א-פרמטריים.

כלומר, המשתתפים ייחסו לסטטוס היין תחושות חיוביות יותר (כפי שתוכנן על פי העיצוב) ומידת אמינות גבוהה יותר מאשר לסטטוס החולד. לא נמצא הבדל בין שני הסטטוסים בנוגע למידת האינפורמטיביות, העדכניות, העניין, ההבנה, ההתייחסות לכותב הסטטוס כמומחה או הרצון להעמיק בנושא. התוצאות מסוכמות בטבלה 2.

טבלה 2. דירוגים ממוצעים (N = 20) של ההיגדים ביחס לשני הסטטוסים והשוואת הממוצעים (במודגש – הבדלים מובהקים). הדירוג בוצע על גבי סולם ליקרט 1-6

היגד	ממוצע (ס.ת.) לסטטוס היין	ממוצע (ס.ת.) לסטטוס החולד	Z(df = 19) (ערך מוחלט)
הסטטוס אמין	4.1 (1.4)	3.1 (1.3)	*2.1
הסטטוס אינפורמטיבי	4.5 (1.3)	4.4 (1.4)	0.3
הסטטוס מעודכן [†]	4.0 (1.4)	4.1 (1.3)	0.5
המידע בסטטוס זה עניין אותי	3.5 (1.5)	3.6 (1.6)	0.2
הסטטוס היה לי קל להבנה	5.0 (1.0)	5.3 (0.9)	1.2
אני חושב שמחבר הסטטוס מומחה בנושא	3.0 (1.1)	2.9 (1.6)	0.4
ארצה להמשיך לקרוא ולהעמיק בנושא	2.7 (1.6)	3.3 (1.8)	1.0
תחושותיי לגבי הסטטוס	4.3 (0.8)	3.6 (1.1)	*2.0

[†] בעבור היגד זה, N = 19, ובהתאמה, df = 18
* p < 0.05

שאלה 1: המרכיבים עליהם הסתכלו המשתתפים

לצורך השגת דיוק מרבי בממצאים, בחרנו להתייחס בחלק זה רק ל-13 נבדקים, בעבורם כיוול כלי המחקר היה ברמת דיוק מקסימלית. המערכת מחשבת 10 משתתפים המתייחסים להתקבעויות (Fixations) ולביקורים (Visits) באזורים המוגדרים בתמונה הנצפית (ראו טבלה 1 ואיור 1 לעיל; אזור 9, מספר השיתופים, הושמט מן החישובים, כיוון שבסטטוס החולד לא הופיע בו דבר). **ביקור** באזור מוגדר כרצף של מיקודי מבט בתחומי האזור; **התקבעויות** באזור מוגדרת כמיקוד מבט בנקודה מסוימת באזור במשך יותר מ-50 מילישניות. כדי לפשט את הצגת הממצאים, חילקנו את המשתתפים לשלושה מדדים, על פי ניתוח אשכולות היררכי של המשתתפים:

1. **סך הצפייה באזור**: סך הזמן בו מוקד מבטו של המשתתף בתחומי האזור במשך כל הניסוי. מחושב על בסיס המשתנה **זמן צפייה כולל**, אשר מודד את משך הזמן הכולל בו צפה המשתתף בנקודות בתחום האזור.

2. **משך ביקור באזור**: מתייחס למשכו של ביקור ממוצע באזור. מחושב על בסיס המשתנה **זמן צפייה ממוצע**.

3. **קדימות האזור**: מתייחס למועד הביקור הראשון באזור. מחושב על בסיס המשתנה **זמן לפני התקבעויות ראשונה**, אשר מודד את משך הזמן שחלף מתחילת הניסוי ועד להתקבעויות הראשונה של המשתתף באזור. ככל שערך מדד זה נמוך יותר, הגיע המשתתף לצפות באזור מוקדם יותר. לפיכך, מחושב המדד על פי ההופכי של המשתנה.

בעת חישוב המדדים, נרמלנו המשתתפים ביחס למשך הצפייה הכולל הממוצע בסטטוס [מילישניות] (בעבור מדד קדימות האזור – הנרמול התבצע לפני חישוב ההופכי). זאת, למרות שלא נמצא הבדל בין המשתתפים במשך הצפייה הכולל בשני הסטטוסים. ממוצע משך הצפייה הכולל בסטטוס היין עמד על 32.1 שניות (ס.ת. 13.1) ובסטטוס החולד – 33.1 (ס.ת. 12.2), $t(19) = 0.45$, עם $p = 0.66$. ערכי המדדים מופיעים בטבלה 3, ומבחינתם עולה כי מגוון רחב של מרכיבים פריפריאליים נצפה במהלך המשימה להערכת אמינות המידע המופיע בסטטוסים.

טבלה 3. ערכי המדדים המכמתים את הצפייה באזורים השונים בכל אחד מן הסטטוסים. ברקע שחור, אפור כהה ואפור בהיר מסומנים, בהתאמה, שלושת הערכים הגבוהים ביותר בכל עמודה

אזור	מרכיב	סטטוס היין			סטטוס החולד		
		סך הצפייה באזור [†]	משך ביקור באזור [†]	קדימות האזור	סך הצפייה באזור [†]	משך ביקור באזור [†]	קדימות האזור
1	תמונת פרופיל	0.08	0.08	1.30	0.30	0.15	3.77
2	שם משתמש	0.14	0.14	2.11	0.26	0.19	1.28
3	תאריך הפרסום	0.23	0.20	1.51	0.29	0.19	1.41
4	תוכן הסטטוס	8.26	0.15	31.29	7.50	0.15	31.63
5	קישור למקור מידע	0.20	0.11	1.83	0.39	0.16	3.49
6	תמונה	0.62	0.09	8.22	1.06	0.10	6.53
7	מספר ה"לייקים"	0.30	0.17	1.18	0.21	0.21	0.76
8	מספר התגובות	0.16	0.13	1.04	-	-	-

[†] למען הקל על הקריאה, הוכפל ערך זה ב-10.

בשני המקרים (שני הסטטוסים), היה **סך הצפייה באזור התוכן** הגבוה ביותר, ו**קדימות האזור** שלו הייתה הגבוהה ביותר. מחוץ לאזור התוכן, היה **סך הצפייה באזור התמונה** הגבוה ביותר בשני המקרים ואזור זה היה בעל **קדימות האזור** הגבוהה ביותר. מחוץ לשני אזורים אלו, נמדדו הבדלים בין שני המקרים בדירוג האזורים ביחס למשתנים. בסטטוס היין, דירוג האזורים על פי **סך הצפייה באזור** (בסדר יורד) הוא:

- מספר ה"לייקים", תאריך הפרסום, קישור למקור מידע, מספר התגובות, שם משתמש ותמונת פרופיל

בסטטוס החולד, דירוג האזורים הוא (בסדר יורד):

- קישור למקור מידע, תמונת פרופיל, תאריך הפרסום, שם משתמש ומספר ה"לייקים".

במדד זה, בולט ההבדל ביחס למרכיב חברתי משמעותי של סטטוסים בפייסבוק, היינו מספר ה"לייקים". בעוד שבסטטוס היין (ה"חיובי") דורג מרכיב זה במקום השלישי, הוא דורג אחרון בסטטוס החולד (ה"שלילי"). בהקשר לאותו מדד, מעניין גם ההבדל שמתבטא במרכיב תמונת פרופיל: בעוד שבסטטוס היין הוא דורג במקום האחרון, בסטטוס החולד הוא דורג באמצע הרשימה. בשני המקרים, לא הוקדש זמן רב לבחינת שם המשתמש (מפרסם המידע).

מבחינת ערכי **קדימות האזור**, הבאים בתור (אחרי התוכן והתמונה) בסטטוס היין הם (בסדר יורד):

- שם משתמש, קישור למקור מידע, תאריך פרסום, תמונת פרופיל, מספר ה"לייקים" ומספר התגובות

בסטטוס החולד, האזורים הבאים בתור הם (בסדר יורד):

- תמונת פרופיל, קישור למקור מידע, תאריך הפרסום, שם משתמש ומספר ה"לייקים".

בולטים ההבדלים בקדימותם של שם המשתמש (מוקדם בסטטוס היין, מאוחר בסטטוס החולד) ושל תמונת הפרופיל (מאוחר בסטטוס היין ומוקדם בסטטוס החולד). קדימות דומה ניתנה בשני המקרים למספר ה"לייקים" ולשאר המרכיבים.

בחינה של המדד **משך ביקור באזור** מעלה כי בשני הסטטוסים – שני האזורים בהם היו הביקורים הממוצעים הממושכים ביותר הם תאריך הפרסום ומספר ה"לייקים", אם כי לא באותו הסדר (בסטטוס היין קדם תאריך הפרסום, בסטטוס החולד – מספר ה"לייקים"). הבאים בתור, בעבור סטטוס היין, הם (בסדר יורד):

- תוכן, שם משתמש, מספר תגובות, קישור למקור מידע, תמונה ותמונת פרופיל
בסטטוס החולד, הבאים בתור הם (בסדר יורד):

- שם משתמש, קישור למקור מידע, תמונת פרופיל, תוכן ותמונה

ההבדל הבולט הוא במשך הביקור הממוצע במרכיב התוכן. בעוד שבסטטוס היין דורג מרכיב זה גבוה יחסית, הוא מדורג נמוך מאוד בסטטוס החולד.

לסיכום, עולה מן הניתוח לעיל כי ישנם קווי דמיון ושוני מעניינים בהיוריסטיקות שהפעילו המשתתפים להערכת אמינות המידע בשני המקרים. **המשותף לשני הסטטוסים:**

- צפייה מצטברת ממושכת בתוכן ובתמונה
- קדימות גבוהה לתוכן ולתמונה
- ביקור ממוצע ממושך במאפייני העדכניות ומספר ה"לייקים"

השונה בין הסטטוסים

- משך הזמן הכולל שהוקדש למספר ה"לייקים" (גבוה בסטטוס היין, נמוך בסטטוס הולד) ולתמונת הפרופיל (באמצע בסטטוס החולד, נמוך בסטטוס היין)
- קדימות האזור של שם המשתמש (גבוה בסטטוס היין, נמוך בסטטוס החולד) ותמונת הפרופיל (נמוך בסטטוס היין, גבוה בסטטוס החולד)
- משך הזמן הממוצע שהוקדש לביקור במרכיב התוכן (גבוה בסטטוס היין, נמוך בסטטוס החולד)

לפיכך, בולטת חשיבותו של מדד הפופולריות (מספר ה"לייקים") בתהליך הערכת האמינות. בסטטוס ה"חיובי" (יין), היתה חשיבות גבוהה יותר מאשר בסטטוס ה"שלילי" (חולד) למספר ה"לייקים", לשם המשתמש ולתוכן; בסטטוס ה"שלילי", היתה חשיבות גבוהה יותר לתמונת הפרופיל, בהשוואה לסטטוס ה"חיובי". מכאן עולים היחסים המורכבים שבין מאפייני הסטטוס השונים בתהליך הערכת אמינותו.

שאלה 2: המרכיבים עליהם דיווחו המשתתפים

בחלק זה התייחסנו לכל 20 המשתתפים. על פי ממוצעי הדירוגים בשאלונים, שלושת המרכיבים להם יוחסה החשיבות הגבוהה ביותר הם (בסדר יורד): קישור למקור המידע (ממוצע 4.9, ס.ת. 1.6), עדכניות המידע (ממוצע 3.7, ס.ת. 1.8) ושם המשתמש (ממוצע 3.6, ס.ת. 1.6). בתחתית הרשימה נמצאים (בסדר עולה): מספר ה"לייקים" (ממוצע 2.7, ס.ת. 1.5), תמונת הפרופיל (ממוצע 2.9, ס.ת. 1.9) ומספר השיתופים (ממוצע 2.9, ס.ת. 1.7). הנתונים המלאים מסוכמים בטבלה 4.

טבלה 4. דירוג המשתתפים את מידת החשיבות של מרכיבי הסטטוס בתהליך הערכת אמינות המידע (בסקלה של 1-6; המרכיבים מובאים בסדר יורד של הדירוג הממוצע)

מרכיב הסטטוס	דירוג ממוצע	סטיית תקן
קישור למקור	4.9	1.6
עדכניות המידע	3.7	1.8
שם משתמש	3.6	1.6
תמונה	3.6	1.9
מספר התגובות	3.1	1.7
מספר השיתופים	2.9	1.7
תמונת הפרופיל	2.9	1.9
מספר ה"לייקים"	2.7	1.5

כלומר, המחצית העליונה של המרכיבים החשובים ביותר בעיני המשתתפים בתהליך הערכת המידע קשורים ישירות לתוכן, למקור המידע ולעדכניותו. במחצית התחתונה של הרשימה – בעיקר מאפיינים חברתיים. על פי הממצאים משאלת המחקר הראשונה, עולה כי אכן מאפייני התוכן והעדכניות באים לידי ביטוי בצורה משמעותית גם כאשר בוחנים לאן הסתכלו המשתתפים בתהליך הערכת האמינות; עם זאת, מקומם של המרכיבים החברתיים בנתוני הצפייה-בפועל לא בהכרח תואמת את דיווחי המשתתפים. נתייחס להשוואה זו בדיון.

דיון

במחקר זה בחנו תהליכי הערכת אמינות מידע מדעי באתרי רשתות חברתיות בקרב סטודנטים. ייחודו של המחקר בשני היבטים עיקריים: הגדרת פריט המידע (סטטוס בפייסבוק) כיחידת הניתוח – בניגוד לרוב המחקר בתחום אשר בוחן אמינות מידע ברמת האתר או מפרסם המידע – והשימוש במצלמה למעקב אחר תנועות עיניים, על מנת לקבל מידע אובייקטיבי ומהימן לגבי מרכיבי הסטטוס הנצפים במשך התהליך. ראשית, נמצא כי הסטטוס שעוצב כ"חיובי" זכה להערכת אמינות גבוהה יותר באופן מובהק ומשמעותי מהסטטוס שעוצב כ"שלילי". זאת, למרות שמידת העניין והערכת מומחיותם של הכותבים לא נמצאה שונה בין שני הסטטוסים.

מניתוח הנתונים שנאספו, בולטת חשיבותה של הפופולריות של הסטטוס ומובלטת חשיבותם של המאפיינים השוליים בתהליך הערכת אמינות המידע (Petty & Cacioppo, 1986). מאפייני מקור המידע – שם משתמש ותמונת פרופיל – משחקים תפקיד מורכב בתהליך זה, אולי כיוון שכל

משתמש יכול לפרסם מידע כרצונו באתרי רשתות חברתיות, ומכאן חשיבותם. מעל הכל, ראינו כי קיימות היוריסטיקות שונות להערכת אמינותם של סטטוסים שונים – במקרה הזה, על פי עיצובם כ"חיובי" או "שלילי" (ראו Metzger & Flanagin, 2013).

זאת ועוד, השוואה בין נתונים אלו לבין דירוגי המשתתפים את חשיבותם של מרכיבי-סטטוס שונים בעת הערכת אמינות מידע מעלה הבדלים מעניינים מאוד. באופן כללי, עולה כי המשתתפים מדווחים על חשיבות רבה שהם מייחסים למאפייני התוכן והעדכניות, לאחר מכן – למפרסם המידע, ולבסוף – למאפיינים החברתיים. במחקרים קודמים נמצא כי למקור המידע ועדכניות הפרסום אכן חשיבות גבוהה בהערכת המידע, ולעתים המרכיבים החברתיים אף משמעותיים יותר מן המרכיבים האחרים (למשל, Kim & Sin, 2014; Yang, Chen, & Tsai, 2013). עם זאת, נתוני הצפייה מדגימים, כאמור, את בולטותם של המאפיינים החברתיים בתהליך הערכת האמינות. בפרט, אזור ה"לייקים" זכה למשך צפייה כולל גבוה יחסית בסטטוס ה"חיובי" ולמשך ביקור ממוצע גבוה בשני הסטטוסים. עם זאת, קדימות הצפייה בו בשני המקרים היתה נמוכה. במסגרת מחקרי המשך, אנו מתכוונים להעמיק בתפקידם של מאפיינים אלו בתהליכי הערכת מידע בקרב אוכלוסיות שונות ובהקשרים שונים של משימת ההערכה.

מקורות

- Ballantine, P. W., Lin, Y., & Veer, E. (2015). The influence of user comments on perceptions of Facebook relationship status updates. *Computers in Human Behavior, 49*, 50-55.
- Choi, W., & Stvilia, B. (2015). A New framework for web credibility assessment. *iConference 2015 Proceedings*.
- Dalmajjer, E. S. (2014). Is the low-cost EyeTribe eye tracker and good for research? *PeerJ PrePrints, 2*, 1-35.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2011). From Encyclopaedia Britannica to Wikipedia: Generational differences in the perceived credibility of online encyclopedia information. *Information, Communication & Society, 14*(3), 355-374.
- Goldman, S. R., & Scardamalia, M. (2013). Managing, understanding, applying, and creating knowledge in the information age: Next-generation challenges and opportunities. *Cognition and Instruction, 31*(2), 255-269.
- Holcomb, J., Gottfried J., & Mitchell, A. (2013). News use across social media platforms, 2013. Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved from <http://www.journalism.org/2013/11/14/news-use-across-social-media-platforms> [accessed on September 15, 2015].
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2014). Credibility of social network sites for political information among politically interested Internet users. *Journal of Computer-Mediated Communication, 19*(4), 957-974.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2015). Reasons to believe: Influence of credibility on motivations for using social networks. *Computers in Human Behavior, 50*, 544-555
- Kim, K. S., & Sin, S. C. J. (2014). Social media as information sources: Use and evaluation of information from social media. *2013 OCLC/ALISE research grant report published electronically by OCLC Research*. Retrieved September 15, 2015, from <http://www.oclc.org/research/grants/reports/2013/kim2013.pdf>.
- Kim, K. S., Sin, S. C. J., & He, Y. (2013). Information seeking through social media: Impact of user characteristics on social media use. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, 50*(1), 1-4.
- Kim, K. S. & Sin, S.C. J. (2014). Social media as information sources: Use and evaluation of information from social media. *2013 OCLC/ALICE Research Grant Report*.
- Kim, K. S., Sin, S. C. J., & Yoo-Lee, E. (2013). Undergraduates' use of social media as information sources. *College & Research Libraries, 75*(4), 442-457

- Lim, S. (2013). College students' credibility judgments and heuristics concerning Wikipedia. *Information Processing & Management*, 49(2), 405-419.
- Lucassen, T., & Schraagen, J. M. (2011). Factual accuracy and trust in information: The role of expertise. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1232-1242.
- Lucassen, T., Muilwijk, R., Noordzij, M. L., & Schraagen, J. M. (2013). Topic familiarity and information skills in online credibility evaluation. *Journal of the American society for information science and technology*, 64(2), 254-264.
- Metzger, M. J. (2007). Making sense of credibility on the Web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078-2091.
- Metzger, M. J., and Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics*, 59B, 210-220.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & McCann, R. M. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment. *Communication Yearbook*, 27, 293-336.
- Morris, M. R., Counts, S., Roseway, A., Hoff, A., & Schwarz, J. (2012). Tweeting is believing?: Understanding microblog credibility perceptions. In *Proceedings of the ACM 2012 conference on Computer Supported Cooperative Work* (pp. 441-450).
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 123-205). New York: Academic Press.
- Rosenthal, R. (1994). Parametric measures of effect size. In H. Cooper & L. V. Hedges (Eds.), *The handbook of research synthesis* (pp. 231-244). New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Yang, F. Y., Chen, Y. H., & Tsai, M. J. (2013). How university students evaluate online information about socio-scientific issue and the relationship with their epistemic beliefs. *Educational Technology & Society*, 16(3), 385-399.
- Yang, J., Counts, S., Morris, M. R., & Hoff, A. (2013). Microblog credibility perceptions: Comparing the USA and China. In *Proceedings of the 2013 conference on Computer supported cooperative work* (pp. 575-586).