



האם ניתן להתייחס לקבוצות החברים בפייסבוק כקבוצה?

# לא רוצים לישון - רוצים להשתגע...

פייסבוק היא הרשת החברתית הגדולה בעולם, עם יותר מ-750 מיליון משתמשים פעילים. הבנת הסיבות לכך שמאות מיליוני אנשים נרשמים לפייסבוק ופעילים בה על מדי יום ביומו היא אבן בניין חשובה בהבנת ההתנהגות של משתמשי הרשת. עוד לפני פריצת פייסבוק ושאר הרשתות החברתיות לתודעה הציבורית סיפק האינטרנט, בעזרת הקשר הבלתי-אמצעי שהוא מאפשר עם אוכלוסייה גדולה של אנשים, "תמיכה רגשית" לאנשים רבים. בנוסף ליכולות התקשורת שמספק האינטרנט, פייסבוק יוצר עבור חבריו פלטפורמה של קבוצות חברים מוגדרות המקיפות את האדם. האם קבוצות החברים ברשתות החברתיות הווירטואליות אכן יכולות להיתפס כ"קבוצות"?

« אורן גיל אור

למשתמש הממוצע בפייסבוק יש 130 חברים, והוא מבלה 31 דקות ביום ברשת. יותר מ-35 מיליון משתמשי שים מעדכנים את הסטטוס שלהם לפחות פעם ביום, ויותר מ-30 מיליארד פריטי תוכן (כגון תמונות והודעות) מועלים לאתר בכל חודש (Facebook Statistics, 2011). בישראל רשומים מעל 3.5 מיליון משתמשים בפייסבוק, מספר שמהווה כ-67% מהאוכלוסייה המוחברת לאינטרנט (Socialbakers, 2011).

הבנת הסיבות לכך שמאות מיליוני אנשים נרשמים לרשתות החברתיות ופעילים בהן על מדי יום ביומו היא אבן בניין חשובה בהבנת ההתנהגות של משתמשי הרשתות החברתיות. זאת ועוד, פילוח אוכלוסיות המשתמשים על-פי מאפיינים דמוגרפיים, פסיכוגרפיים והתנהגותיים יכול להוות נכס משמעותי לכל אלו המנסים "להשתמש" ברשתות החברתיות לצורכיהם, כגון חברות, גופים פוליטיים, וקבוצות אינטרנטיות אחרות.

**האינטרנט מפחית תחושת בדידות ודיכאון**  
במחקר שערכה קבוצת חוקרים כבר בתחילת ימיו של האינטרנט נמצא, כי השימוש באינטרנט למטרות חבר-

"לא רוצים לישון - רוצים להשתגע", אומר הפזמון ב"שיר השכונה" המפורסם של "התרנגולים". דומה, שבעת האחרונה החברה אכן לא ישנים - הם פשוט משוטטים, בעצם גולשים, שעות על גבי שעות, ברשתות החברתיות, ואין להם מנוח עד שלא התכתבו עם מאות מ"חבריהם" והוסיפו עוד כמה וכמה חברים חדשים. אך האם אלה הם חברים באמת?

רשתות חברתיות אלקטרוניות, כדוגמת פייסבוק, טוויטר, מייספייס ואחרות, הפכו להיות בין אתרי האינטרנט הפופולריים ביותר בשנים 2009-2012. פייסבוק היא הרשת החברתית הגדולה בעולם, עם יותר מ-880 מיליון משתמשים פעילים ו-65% צמיחה בין יולי 2010 לדצמבר 2012. פייסבוק היא רשת פעילה מאוד, עם יותר מ-375 מיליון משתמשים אשר נכנסים לרשת לפחות פעם ביום. פייסבוק אמנם נחשב "משחק" לצעירים, אך יותר משני שלישים מהמשתמשים ברשת הם בוגרי אוניברסיטה, והפלח הצומח ביותר בקרב משתמשיה הוא של בני 35 ומעלה.



ניתן למדוד חוזק של קבוצה במדדים אובייקטיביים, כגון הומוגניות החברים, יציבות החברות בקבוצה והאינטראקציה בין החברים

וכדומה, התמעטו בעשורים האחרונים כתוצאה מקיומו של האינטרנט. אנשים רבים מעדיפים לבלות את זמנם באינטרנט במקום באינטראקציה עם משפחותיהם ועם חברים. העדר קשרים חברתיים הוא תופעה בעייתית למין האנושי, שיכולה אף להביא לפסיכו-פתולוגיות כמו סכיזופרניה, ולכן, אנשים שקשריהם החברתיים או האפשרות שלהם לקשור קשרים חברתיים לא היו גבוהים לפני התפתחות העולם הווירטואלי, מוצאים את עצמם בסיטואציה שבה הם חייבים למצוא לעצמם תחליף חברתי אחר.

למרות שהיינו רוצים לחשוב שישראל היא חברה בעלת לכידות חברתית גבוהה יחסית, נתונים שעולים מהסקר החברתי האחרון של הלמ"ס (2010) מצביעים על כך ש-28.8% מהאוכלוסייה בישראל חיה בתחושת בדידות. השימוש הנרחב בפייסבוק בישראל יכול, אם כן, לתרום לתחום שתי הבדידות המאפיינות רבים בחברה הישראלית.

### קבוצת החברים בפייסבוק

ניתן להגדיר קבוצה בצורות שונות, כאשר אחת ההגדרות השמה דגש ביחסים של פנים-אל-פנים היא: "שני

תיות מפחית תחושת בדידות ודיכאון אצל משתמשים, תחושה שהעולם המודרני, ובמיוחד השימוש באינטרנט, פרט לרשתות החברתיות, מגביר. כמו כן, נמצא שהרשתות האלקטרוניות החברתיות עוזרות לאנשים בשיפור ההערכה העצמית ובתפיסת התמיכה החברתית שיש להם.

במחקר שערכו Morahan-Martin & Schumacher נמצא, שאנשים בודדים משתמשים באינטרנט ובדואר האלקטרוני בצורה אינטנסיבית, והשימוש בהרבה מקרים מוגדר על-ידם כמעניק להם תמיכה רגשית מאחרים. ההתנהגות החברתית של אנשים בודדים באינטרנט עקבית בדרך כלל, והם מדווחים על שביעות רצון מיחסיהם עם החברים המקוונים. הבודדים נוטים להשתמש באינטרנט כדי לווסת מצבי רוח שליליים, למרות שהם מדווחים כי השימוש באינטרנט מפריע להם בתיפקוד היומיומי, וגוזל מהם זמן שהם היו רוצים להשקיע בדברים אחרים. כפי שניתן לראות, קיים יחס אמביוולנטי מדווח לגבי השימוש באינטרנט אצל בודדים. תופעה חברתית זו יכולה להיות מוסברת בחלקה בעובדה שרשתות חברתיות מסורתיות רבות, כדוגמת קבוצת החברים מבית-הספר, קבוצת החברים לעבודה





אדם בפייסבוק מהווה בכלל קבוצה. קבוצת החברים של אדם בפייסבוק כוללת את האדם עצמו ואת כל חברי הפייסבוק המחוברים אליו ישירות במערכת. קבוצה זו שותפה למידע שמפרסמים חבריה, ובדרך כלל מקיימת אינטראקציה ברמה זו או אחרת. קבוצה זו גדולה למדי, ומונה בממוצע כ-130 חברים, ככל הנראה הרבה יותר מרוב הקבוצות החברתיות המסורתיות שהוזכרו כאן. אם לשפוט על פי ההגדרות של קבוצה, ההגדרה הראשונה שמדגישה את היחסים פנים-אל-פנים תוציא את קבוצת החברים בפייסבוק מהגדרת הקבוצה, כיוון שאין בפייסבוק יחסים של פנים-אל-פנים, ואילו ההגדרה השנייה, שבה יחסים פנים-אל-פנים אינם הכרחיים, ייתכן ותכליל את קבוצת החברים בפייסבוק כקבוצה.

גישה אחרת המדברת על הזדהות עם קבוצות היא גישת אינדיבידואליזם-קולקטיביזם, אשר מבוססת על אחד מממדי התרבות של הופסטר. מדד זה מדבר על הדגש ששמים תרבות או אדם בקידום אינטרסים אישיים מול אינטרסים קבוצתיים, כאשר קולקטיביזם הוא בעצם הזדהות עם קבוצות. מבחינת מדד זה מדורגת ישראל באמצע הסקאלה (ציון 54 מתוך 100), כך שמבחינה זו ישראלים נוטים להזדהות עם קבוצות בצורה בינונית, כתכונה תרבותית. Triandis & Gelfand הציעו להבחין בין קולקטיביזם אנכי, שבו מכפיף עצמו האדם לקבוצה, לבין קולקטיביזם אופקי, שבו מדגישים אנשים את התלות המשותפת שלהם בשאר חברי הקבוצה. הקו לקטיביזם האופקי תואם יותר להזדהות עם קבוצות בפייסבוק, שכן בפייסבוק כל החברים הם במעמד שווה, ללא גורמי סמכות אלו או אחרים.

### חמישה סוגים של קבוצות אנשים

אמנם, ניתן למדוד חוזק של קבוצה במדדים אובייקטיביים, כגון הומוגניות החברים, יציבות החברות בקבוצה, האינטראקציה בין החברים ועוד, אך הדבר הרלבנטי עבור מחקר זה הוא התפיסות הסובייקטיביות של אנשים לגבי הקבוצות בהן הם חברים, תפיסות אשר משתנות עבור קבוצות שונות איתן מזדהה האדם במאפיינים, בתפקידים, וביחסי הגומלין בין חברי הקבוצה. במחקרם של Lickel Et Al. נמצאו חמישה סוגים של קבוצות אנשים, שעל פיהם ניתן לקטלג את רוב הקבוצות בעולם - קבוצות אינטימיות, קבוצות מכוונות משימה, קטגוריות חברתיות, קבוצות בעלות קשרים חלשים, וקבוצות זמניות. בהקשר לקבוצות חברים בפייסבוק, לא ברור מאליו לאיזו מהקטגוריות ניתן לשייך קבוצה זו. אמנם, קבוצת "חברים" נמצאה במחקר כקבוצה אינטימית, אך נראה שלמושג "חברים" בפייסבוק יש משמעות שונה, שכן קשה להתייחס לקבוצה של 130 אנשים בממוצע כאל קבוצה אינטימית. מנגד, זו גם לא קטגוריה חברתית, שבוך כלל היא קבוצה הרבה יותר גדולה, ובהעדף משימה מוגדרת, וללא תחושת זמניות, הקטגוריה

אנשים לפחות המקיימים זה עם זה יחסי גומלין פנים-אל-פנים, המודעים לחברי הקבוצה האחרים ולתלותם בהם בניסיונם לממש מטרות משותפות". מנגד, הגדרה אחרת, בה יחסים פנים-אל-פנים אינם הכרחיים, היא "מיקובץ אנשים המתחברים יחדיו על מנת לממש מטרה מסוימת או לספק צורך מסוים".

על מנת להבין האם ניתן לראות בפייסבוק תחליף לקבוצות מסורתיות, יש לבחון האם קבוצת החברים של

### טבלה 1 < הערכה עצמאית

ממוצעים, סטיית תקן וציוני מינימום ומקסימום של רמת היישותיות הנתפסת וההערכה העצמית הקולקטיבית של קבוצת החברים בפייסבוק

הערכה עצמית קולקטיבית	רמת יישותיות נתפסת	ממוצע
3.769	3.274	ממוצע
0.937	1.12	סטיית תקן
1.86	1.17	מינימום
6.43	6.5	מקסימום

**קבוצות חברים בפייסבוק נטות לעיתים קרובות להיות אקטיביות, משום שיש חברים רבים בכל קבוצה, ומספיק שמספר מצומצם של החברים יהיה פעיל, על מנת לתת תחושת "פעילות ענפה" לקבוצה כולה**

### טבלה 2 < רמות הפעילות

מספר נבדקים, ממוצעים וסטיית תקן של רמת היישותיות הנתפסת ברמות הפעילות השונות

מספר נבדקים	סטיית תקן	ממוצע יישותיות	רמת פעילות
2	0.59	2.75	1.0
8	1.18	3.30	1.5
2	1.24	3.46	2.0
8	0.60	2.90	2.5
9	1.14	3.10	3.0
11	1.00	3.01	3.5
10	0.84	2.91	4.0
9	1.16	3.53	4.5
12	1.28	3.28	5.0
8	1.67	3.63	5.5
8	1.07	4.08	6.0

**ניתן להגדיר קבוצה בצורות שונות, כאשר אחת ההגדרות השמה דגש על יחסים של פנים-אל-פנים היא "שני אנשים לפחות המקיימים זה עם זה יחסי גומלין פנים-אל-לחברי הקבוצה האחרים ולתלותם בהם בניסיונם לממש מטרות משותפות"**

### טבלה 3 < גודל הקבוצה

מספר נבדקים, ממוצעים וסטיית תקן של רמת היישותיות הנתפסת ברמות גודל קבוצת החברים השונות

מספר חברים	ממוצע יישותיות	סטיית תקן	מספר נבדקים
10-מ	2.33	.	1
11-50	3.95	1.13	5
51-150	3.06	0.77	25
151-400	3.29	1.19	35
יותר מ-400	3.38	1.34	21

### טבלה 4 < גיל הנבדקים

מספר נבדקים, ממוצעים וסטיית תקן של רמת היישותיות הנתפסת בקבוצות גיל הנבדקים השונות

גיל	ממוצע יישותיות	סטיית תקן	מספר נבדקים
18-23	4.80	1.25	5
24-28	2.88	1.16	15
29-34	3.29	0.95	26
35-40	3.04	1.20	14
41-49	3.24	0.79	6

שי פייסבוק עושים בקבוצת החברים שלהם כתמיכה בתקופות קשות ופחות ודאיות, בדומה לשימוש שעשו משתמשי האינטרנט בחבריהם הווירטואליים. יישותיות נתפסת היא לא רק כתוצאה של מאפיינים שונים בקבוצה, אלא היא גם תכונה המעוותת את תפיסת אדם ביחס לחברי הקבוצה המהווה קבוצת חוץ עבורו. אנשים התופסים קבוצות חוץ כיישותיות יותר עסוקים הרבה יותר בהשוואה של חברי הקבוצה אחד לשני, כיוון שהם רואים בקבוצה אוסף של אנשים אשר אמורים להיות דומים אחד לשני. כך, למשל, נבדקים אשר בעקבות מניפולציה תפסו קבוצת אנשים כיישותיות יותר, תפסו את חבריה כבעלי תכונות זהות יותר בהיבטים פסיכולוגיים, וגם בהיבטים פיסיים, כמו צבע העור של חברי הקבוצה.

ריה הקרובה ביותר היא קבוצות בעלות קשרים חלשים, קבוצות שנמצאו כבעלות ערך נמוך מבחינת זהות חברתית של אנשים.

למרות שעל פי חלק מהגדרות הקבוצה ניתן להתייחס לקבוצת חברי הפייסבוק כאל קבוצה, עדיין לא ברור האם זו התפיסה של משתמשי פייסבוק עצמם. אחד הממדים המשפיעים עד כמה נתפסת קבוצה כקבוצה הוא היישותיות. יישותיות היא "המידה שבה קולקטיב של אנשים נתפסים כקשורים יחד כיחידה קוהרנטית". הגדרה אקדמית זו נפרטה על ידי Lickel Et Al. למספר תכונות נתפסות שנמצאו קשורות למידה שבה תפסו אנשים קבוצות בחייהם כקבוצה: מידת האינטראקציה בין החברים, חשיבות הקבוצה לחבריה, דמיון בין חברי הקבוצה ומטרות/תוצרים משותפים (לפי סדר השפעה). לגודל הקבוצה הייתה השפעה שלילית קטנה יחסית על מידת היישותיות הנתפסת. השפעת גודל הקבוצה על רמת היישותיות אינה עקבית במחקרים שונים: במחקר אחר נמצא דווקא שגודל הקבוצה תורם לתחושת הלכידות של הקבוצה, בניגוד למה שהיה ניתן לשער. בהתייחס לגודל הקבוצה, במחקר זה נוסחה ההשערה השלישית בהתאם למחקרו של Lickel: ככל שקבוצת חברים של אדם מסוים בפייסבוק גדולה יותר, כך היישותיות הנתפסת נמוכה יותר.

רמת האינטראקציה בין חברי הקבוצה, שנמצאה כמשפיעה על יישותיות, נבדקה במחקר נוסף, שבו נמצא שככל שחברי הקבוצה מנהלים אינטראקציה ערה יותר, כך גוברת תחושת היישותיות של הקבוצה. קבוצות חברים בפייסבוק נוטות לעיתים קרובות להיות אקטיביות, משום שיש חברים רבים בכל קבוצה, ומסיפיק שמספר מצומצם של החברים יהיה פעיל, על מנת לתת תחושת "פעילות ענפה" לקבוצה כולה. על פי קריטריון זה, אם כן, תחושת היישותיות של תחושת החברים צריכה להיות יחסית גבוהה בפייסבוק. במחקר זה לא נבדקה רמת האינטראקציה בקבוצת החברים כולה, אולם נמדדה מידת הפעילות של אדם מסוים בפייסבוק כמדד לאינטראקציה שלו בקבוצת החברים שלו. ההנחה היא, שאדם אשר מבלה זמן רב בפייסבוק, ויש לו חברים רבים, מקיים איתם אינטראקציה רבה יותר, מאשר אדם עם מעט חברים שמבלה מעט זמן בפייסבוק. בהתאם לכך נוסחה השערת המחקר השנייה: ככל שרמת הפעילות של חבר פייסבוק גבוהה יותר, כך רמת היישותיות הנתפסת של הנבדק לגבי קבוצת חבריו גבוהה יותר.

מדד היישותיות נמצא גם כקשור בצורה חזקה להזדהות עם הקבוצה. קבוצות בעלות קשרים חלשים שהוזכרו כאן כנמוכות ברמת היישותיות, נמצאו גם נמוכות ברמת ההזדהות החברתית שחבריהן חשו איתן. בנוסף, נמצא כי ההזדהות עם הקבוצה גוברת בקבוצות הנתפסות כיישותיות בעיקר כאשר אדם נמצא במצב של חוסר ודאות, מה שיכול להסביר שימוש שמשותף





”אני מרגישה חברה בעלת  
ערך בין קבוצת החברים  
שלי בפייסבוק”

**בקרב יהיו  
מיליארד חברים  
בפייסבוק. האם  
ניתן לראות בו  
תחליף לקבוצות  
חברים מסורתיות?**

זו נגרמת בשל המוטיבציה של האדם לראות את הקבוצה שלו כשונה ועדיפה מהקבוצות האחרות, על מנת לתמוך בזהות החברתית שלו-עצמו. הרצון לראות את הקבוצה אליה שייך האדם כחיובית הוא העומד בבסיס ההערכה העצמית הקולקטיבית עליה ”מגן” האדם, למשל כאשר היא מותקפת, על מנת לשמר את הזהות העצמית החיובית שלו. הערכה עצמית קולקטיבית חיובית תורמת לזהות החיובית של האדם, ולכן ירצה האדם להדהות עם קבוצות שבהן יש לו הערכה עצמית קולקטיבית גבוהה, וסביר כי יתפוס אותן כקבוצות בעלות רמת יישותיות גבוהה יותר. בהתאם לכך נוסחה השערת המחקר הראשונה, אשר טוענת כי ככל שההערכה העצמית הקולקטיבית של בית של משתמשי פייסבוק גבוהה יותר בהקשר לקבוצות החברים שלהם בפייסבוק, כך רמת היישותיות הנתפסת של קבוצה זו גבוהה יותר.

מחקר זה מתמקד בסוג קבוצות אחד בפייסבוק, קבוצות החברים האישיים של משתמשי פייסבוק. בנוסף לקבוצות אלה, פייסבוק מהווה פלטפורמה גם לקבוצות עניין רבות, קבוצות שאליהן יכולים להצטרף חברי פייסבוק, ובהן בדרך כלל מתנהלים דיונים לגבי נושאי עניין ספציפיים, בדומה לפורומים. יישותיות קבוצות העניין בפייסבוק על פנייה גבוהה יותר מאשר קבוצות החברים, משום שברוב המקרים יש לקבוצות אלו מטרה ברורה ומוצהרת, שם, תמונה של הקבוצה

שימוש בסטריאוטיפים לגבי קבוצות חוץ נפוץ יותר ככל שהקבוצה נתפסת כיישותית יותר, כיוון שבמקרה זה נתפס דמיון רב יותר בין חברי הקבוצה, ולכן תכונות משויכות לאחד החברים מושלכות גם על שאר חברי הקבוצה. נראה, אם כן, שתפיסת יישותיות היא תופעה שמחזקת את עצמה, שכן תכונות שונות בחברי קבוצה, כגון רמת האינטראקציה, מגבירות את היישותיות הנתפסת שלה, וזו גורמת לחברי הקבוצה להיראות כדומים יותר, פיסית ונפשית, בעיני אחרים, מה ששוב יגביר עוד יותר את רמת היישותיות הנתפסת. במחקר זה נבדקת היישותיות כמשתנה תלוי, אך ניתן לבחון גם את השפעת היישותיות הנתפסת של חברי קבוצת החברים בפייסבוק על המידה שבה חברי הקבוצה, ואחרים, תופסים את ההומוגניות בתוך הקבוצה.

### לשמר את הזהות העצמית החיובית

על-פי תיאוריית הזהות החברתית, מורכבת הזהות העצמית משני מרכיבים: הזהות האישית, שבה נמצאים התכונות/עמדות/כישורים של האדם שמייחדים אותו מאחרים, וזהות החברתית, שבה נמצאים המאפיינים המשותפים לאדם ולאחרים. היות שלכל אדם יש צורך בזהות חברתית חיובית, האדם שואב זהות זו באמצעות השוואה של הקבוצה אליה הוא שייך עם קבוצות אחרות, וראיית קבוצת הפנים שלו כטובה מקבוצות החוץ. העדפה

**קבוצת החברים של אדם בפייסבוק כוללת את האדם עצמו ואת כל חברי הפייסבוק המחברים אליו ישירות במערכת. הקבוצה מונה במוצע 130 חברים, ככל הנראה הרבה יותר מרוב הקבוצות החברתיות. ההגדרה שמדגישה את היחסים פנים-אל-פנים תוציא את קבוצת החברים בפייסבוק מהגדרת הקבוצה. בפייסבוק אין יחסים של פנים-אל-פנים**

קישור לשאלון"). כמו כן, הופיעו בשאלון עצמו פנייה והסבר קצר על המחקר.

### ואלה תוצאות המחקר

טבלה מספר 1 מציגה את הממוצעים, סטיות התקן וציוני המינימום והמקסימום של רמת היישותיות הנתפסת וההערכה העצמית הקולקטיבית לגבי קבוצת החברים בפייסבוק.

כפי שניתן לראות בטבלה, קיים טווח רחב ברמת היישותיות הנתפסת עם סטיית תקן של 1.12, וכמו כן קיים טווח רחב בהערכה העצמית הקולקטיבית עם סטיית תקן של 0.937.

טבלה מספר 2 מציגה את מספר הנבדקים, הממוצעים וסטיות התקן של רמת היישותיות הנתפסת של קבוצת החברים בפייסבוק בכל אחת מרמות הפעילות השונות של הנבדק, שחושבו כסכום של המשתנים: תדירות שימוש וזמן שימוש.

ניתן לראות שברמות הפעילות הגבוהות (4.5-6) ממוצע רמות היישותיות גבוה (3.28-4.08) יחסית לרמות הפעילות הנמוכות יותר (2.5-4), בהן רמות היישותיות הן 3.2-2.9. לעומת זאת, ניכר שברמות פעילות נמוכות אף יותר (1.5,2) ישנה רמת יישותיות גבוהה (3.3-3.46). על מנת להבין חוסר עקביות זו ברמות הפעילות הנמוכה, נעשה ניתוח של מרכיבי משתנה רמת הפעילות. מניתוח זה עולה, שרמת היישותיות הנתפסת גבוהה יחסית בקרב משתמשי פייסבוק בתדירות של 1-4 פעמים בחודש (3.38), ובקרב משתמשים המבלים פחות מ-10 דקות בשבוע בפייסבוק (3.34).

טבלה מספר 3 מציגה את מספר הנבדקים, הממוצעים וסטיות התקן של רמת היישותיות הנתפסת של קבוצת החברים בפייסבוק בכל אחת מרמות גודל קבוצת החברים. ניתן לראות, שרמת היישותיות עולה החל מרמת יישותיות נמוכה מאוד (2.33) בקבוצות קטנות מ-10 חברים, וכלה ברמות יישותיות גבוהות (3.38) בקבוצות גדולות מאוד (מעל 400 חברים), אך רמת היישותיות הגבוהה ביותר (3.95) נמצאה בגדלי קבוצה קטנים בינוניים (11-50).

בבדיקת של המיתאם בין מספר החברים בפייסבוק לבין רמת הפעילות של של האדם נמצא מיתאם מובהק של  $p < 0.01$  (0.584).

טבלה מספר 4 מציגה את מספר הנבדקים, הממוצעים וסטיות התקן של רמת היישותיות הנתפסת של קבוצת החברים בפייסבוק בכל אחת מקבוצות גיל הנבדקים.

ניתן לראות שרמת היישותיות גבוהה משמעותית (4.8) בקבוצת הגיל הנמוכה ביותר (גילאי 18-23) בהשוואה לרמות היישותיות (2.88-3.29) בכל שאר קבוצות הגילאים.

לשם בדיקת השערת המחקר הראשונה נערך ניתוח גרסייה פשוטה, ונמצא כי ככל שההערכה העצמית הקולקטיבית גבוהה יותר, כך רמת היישותיות הנתפסת

וכדומה, תכונות המגבירות את היישותיות של קבוצת. בנוסף, כל אחד מחברי קבוצות אלה בחר להשתייך לקבוצת העניין, בניגוד לקבוצת חברים שנוצרת ללא כוונה של כל אחד מהמשתתפים בה.

### חברי קבוצת החברים של החוקר בפייסבוק

מטרת מחקר זה היא לבחון את הגורמים המשפיעים על רמת היישותיות הנתפסת של חברי פייסבוק לגבי קבוצת החברים שלהם. השערות מחקר זה הן:

ככל שההערכה העצמית הקולקטיבית של משתמשי פייסבוק גבוהה יותר בהקשר לקבוצת החברים שלהם בפייסבוק, כך רמת היישותיות הנתפסת של קבוצה זו גבוהה יותר.

ככל שרמת הפעילות של חבר פייסבוק גבוהה יותר, כך רמת היישותיות הנתפסת של הנבדק לגבי קבוצת חבריו גבוהה יותר.

ככל שקבוצת חברים של אדם מסויים בפייסבוק גדולה יותר, כך היישותיות הנתפסת נמוכה יותר.

במחקר השתתפו 87 נבדקים, 57 נשים ו-30 גברים, ישראלים בוגרים בגילאי 18-49, אשר להם חשבון פעיל בפייסבוק. הגיל הממוצע של הנבדקים היה 32.24. הנבדקים היו כולם חברי קבוצת החברים של החוקר בפייסבוק. לשם איסוף מידע על הנבדקים הופץ ביניהם שאלון, בו נאסף המידע הזה: מידע לגבי רמת השימוש של הנבדק בפייסבוק; מספר החברים, תדירות השימוש, וזמן השימוש בכל פעם.

שאלון הערכה עצמית קולקטיבית - הותאם לנושא העבודה, וכולל 14 היגדים כמו: "אני מרגיש חבר בעל ערך בין קבוצת החברים בפייסבוק", "לעיתים קרובות אני מצטער על כך שאני חלק מקבוצת החברים שלי בפייסבוק", "אני מרגיש שאין לי הרבה מה לתרום לקבוצת החברים בפייסבוק אליה אני שייך".

שאלון יישותיות הקבוצה הנתפסת - הותאם לנושא העבודה וכולל 12 היגדים כמו: "כמה מלוכדת הקבוצה?", "כמה חשובה הקבוצה לחבריה?", "כמה מאורגנת הקבוצה?", "שאלון דמוגרפי: מין, גיל, מצב משפחתי, רמת השכלה ורמת הכנסה.

לצורך המחקר נעשה שימוש בדף הפייסבוק על שם החוקר, שבו קיימים 635 חברים. הודעה לגבי השאלון, עם הפניה להורדת השאלון מגוגל דוקס, פורסמה על ה"קיר" (Wall) בדף הפייסבוק של החוקר. משתמשי פייסבוק שראו את ההודעה ורצו לענות על השאלון, הורידו אותו, מילאו אותו, ושלחו אותו בחזרה לחוקר מכתובת דואר אנונימית שיוצרה במיוחד למחקר זה. כמו כן הופץ השאלון גם בקרב חברים של קבוצת החברים של החוקר. בפרסום המסמך בדף הפייסבוק הופיעה פנייה קצרה ("שלום, אני עורך מחקר העוסק בקבוצות חברתיות בפייסבוק ואשמח אם תיקחו בו חלק. מצורף





פי סקירת הנתונים ניכר כי ישנה עלייה ברמת היישור תיות הנתפסת עם העלייה ברמת הפעילות של האדם בפיסבוק, להוציא משתמשים עם שימוש נמוך מאוד בפיסבוק, שיתכן כי הם משתמשים בפיסבוק רק כפלטפורמה בסיסית לקישור לקבוצת חבריהם האמינית, ומכאן תפיסת קבוצה זו כיישורתית. כאמור, הבדל היישורתיות בתלות ברמת הפעילות בפיסבוק לא נמצא מובהק במחקר זה.

בהקשר לגודל קבוצת החברים בפיסבוק, בניגוד להשערת המחקר, על פי סקירת הנתונים ניכר גידול ביישורתיות עם גידול קבוצת החברים, להוציא משתי משים עם קבוצות בגודל קטן (50-11 חברים). גם כאן, ייתכן שנבדקים אלה כוללים בפיסבוק רק את קבוצת החברים האמיתיים שלהם, ומכאן היישורתיות הגבוהה. הבדל היישורתיות בתלות בגודל קבוצת החברים לא נמצא מובהק.

### מנצלים את המדיה החברתית להפצת משנתם

ממחקר זה ניכר, כי יישורתיות של קבוצת החברים של חברי פייסבוק בהחלט קיימת, ובממוצע של כל הנבדקים היא מעט מתחת לתשובת אמצע הסקלה בשימוש (43.27 על סולם ליקארט בן 7 רמות); כלומר, הנבדקים תופסים את קבוצת החברים שלהם כקבוצה, ומתייחסים אליה כזו. למרות זאת, רמת היישורתיות הממוצעת שנמצאה במחקר זה נמוכה בהשוואה לרמות יישור תיות של קבוצות אחרות בעלות קשרים חלשים, שבהן רמת היישורתיות הממוצעת, כאשר היא מועברת לסולם ליקארט של 7 רמות, היא 3.69.

ניתן להניח, שבבדיקה של היישורתיות הנתפסת של קבוצות העניין בפיסבוק תמצאנה רמות יישורתיות גבוהות בהרבה משנמצא במחקר זה, בדומה לרמות היישורתיות הממוצעות של קבוצות משימה, כדוגמת קבוצות העניין בפיסבוק. בקבוצות אלה, רמת היישור תיות הממוצעת, כאשר היא מועברת לסולם ליקארט של 7 רמות, היא 5.49.

המשתנה שניכר כמשפיע בצורה משמעותית מאוד על רמת היישורתיות הנתפסת הוא הגיל. בקבוצת הנבדקים הצעירים (23-18) נמצאה רמת יישורתיות גבוהה בצורה משמעותית מהנבדקים המבוגרים יותר (פרט לנבדקים בגילאי 49-41). במחקר זה השתתפו נבדקים בני 18 ומעלה בלבד, בגלל מגבלות טכניות, וניתן לשער כי בבדיקה של משתמשי פייסבוק צעירים יותר יימצאו רמות יישורתיות גבוהות אף יותר, שכן לגיל קשר הפוך על יישורתיות, ביחוד בגילאים צעירים. לא נמצאו מאפיינים דמוגרפיים נוספים שמשפיעים על רמת היישורתיות הנתפסת של חברי פייסבוק.

מגבלות מחקר זה עיקרן בקבוצת הנבדקים הקטנה יחסית, שנדגמה באופן לא אקראי מתוך קבוצת החברים

גבוהה יותר ( $F(1,85)=41.447, p < 0.05, R^2 = 0.32$ ). לשם בדיקת השערת המחקר השנייה נערך ניתוח שונות חד-כיווני ברמת מובהקות של 5%. ההשערה כי ככל שרמת הפעילות בקבוצת חברים מסוימת בפיסבוק גבוהה יותר, כך רמת היישורתיות הנתפסת של קבוצה זו גבוהה יותר - לא אוששה. בניסיון לבדוק אם הוצאת רמות הפעילות הנמוכות (2-4) מהמודל תהפוך את התוצאות למובהקות, נעשה ניתוח שונות חד-כיווני נוסף על הנבדקים עם רמות פעילות גבוהות (5 ומעלה), אך בכל זאת לא נמצא הבדל מובהק ברמות היישורתיות. לשם בדיקת השערת המחקר השלישית נערך ניתוח שונות חד-כיווני ברמת מובהקות של 5%. ההשערה כי ככל שקבוצת חברים של אדם מסוים בפיסבוק גדולה יותר, כך היישורתיות הנתפסת נמוכה יותר - לא אוששה. בניסיון לבדוק אם הוצאת קבוצות החברים הקטנות (רמות 1-2) מהמודל תהפוך את התוצאות למובהקות, נעשה ניתוח שונות חד-כיווני נוסף על הנבדקים עם קבוצות החברים הגבוהות (רמות 3 ומעלה), אך בכל זאת לא נמצא הבדל מובהק ברמות היישורתיות.

### יש מי שכל חבריהם בפיסבוק הם חבריהם האמיתיים

לצורך בדיקת השפעת הגיל על רמת היישורתיות נערך ניתוח שונות חד-כיווני ברמת מובהקות של 5%, ונמצא אפקט עיקרי מובהק של גיל על רמת היישורתיות הנתפסת ( $F(4,61)=3.259, MSE=1.134, p \leq 0.05$ ). לשם בדיקת מקור ההבדלים בין קבוצות הגיל בוצע ניתוח המשך לפי מבחן Scheffe ברמת מובהקות של 5%. התוצאות הראו, שרמת היישורתיות הנתפסת היא הגבוהה ביותר בקבוצת הגיל הנמוכה (23-18), והיא גבוהה באופן מובהק מרמות היישורתיות הנתפסת בשאר קבוצות הגיל, פרט לקבוצת הגיל הגבוהה (49-41).

לצורך בדיקת השפעת שאר המשתנים הדמוגרפיים (מין, מצב משפחתי, רמת השכלה ורמת הכנסה) על רמת היישורתיות הנתפסת נערכו ניתוחי שונות חד-כיווניים ברמת מובהקות של 5%. לא נמצאו הבדלים מובהקים ברמת היישורתיות הנתפסת בתלות ברמות המשתנים הדמוגרפיים האחרים (פרט לגיל) שנמדדו במחקר זה.

מטרת מחקר זה הייתה לבחון את הגורמים שמשפיעים על רמת היישורתיות הנתפסת של חברי פייסבוק לגבי קבוצת החברים שלהם. ממצאי המחקר מעניקים תמיכה להשערה, כי ככל שההערכה העצמית הקולית קטיבית של משתמשי פייסבוק גבוהה יותר בהקשר לקבוצת החברים שלהם בפיסבוק, כך רמת היישורתיות הנתפסת של קבוצה זו גבוהה יותר. לעומת זאת, לא נמצאה תמיכה להשערות לגבי השפעת רמת הפעילות של הנבדק בפיסבוק וגודל קבוצת החברים על היישור תיות הנתפסת.


בהקשר לרמת הפעילות של הנבדק בפיסבוק, על

**מחקר זה חשוך על מנת לשפוך אור על מאפייני הקבוצות הנוצרות בפיסבוק, קבוצות שעד לפני מספר שנים לא היו קיימות, וכיום תופסות מקום נכבד ביותר בחייהם של אנשים רבים**



**פייסבוק מהווה פלטפורמה לקבוצות עניין רבות, קבוצות שאליהן יכולים להצטרף חברי פייסבוק ובהן דרך כלל מתנהלים דיונים לגבי נושאי עניין ספציפיים, בדומה לפורומים**

בפייסבוק בלבד, אולם כל אדם חבר בקבוצות חברים רבות אחרות (של כל אחד מחבריו), ומעניין האם תפיסת היישותיות של קבוצות אחרות שונה מתפיסת היישותיות של קבוצות החברים של האדם עצמו. כמו כן יש לבחון את חוזק קבוצות העניין בפייסבוק, כקבוצות שסביר להניח שמתאפיינות בחוזק רב יותר.

מחקר זה חשוב על מנת לשפוך אור על מאפייני הקבוצות הנוצרות בפייסבוק, קבוצות שעד לפני מספר שנים לא היו קיימות, וכיום תופסות מקום נכבד ביותר בחייהם של אנשים רבים. הבנת חוזק קבוצות אלו יכול לשמש למטרות שונות, החל מקידום אינטרסים חברתיים של קבוצה זו או אחרת, וכלה בקידום אינטרסים עסקיים של גורמי עניין, הרוצים לנצל את המדיה החברתית על מנת להפיץ את משנתם. איפיון המאפיינים השונים המשפיעים על חוזק הקבוצות בפייסבוק יכול לכוון את הרוצים להשתמש בקבוצות אלה כפלטפורמה, לבחור את הקבוצות המתאימות להם ביותר; למשל, על מנת לקדם נושא חברתי מסוים, סביר שנרצה לפנות לקבוצות התופסות את עצמן כגורם מאוחד ומשמעותי. ואגב, גם בפייסבוק ניתן למצוא את "שיר השכונה", אף כי החברים בפייסבוק רחוקים עד מאוד מהחברים שהיו לנו פעם, לפני שנים, בשכונה. 

של החוקר, כולה בישראל, כך שהנדקים שברו לענות על השאלון שהופץ בפייסבוק אינם בהכרח מייצגים את אוכלוסיית פייסבוק כולה. כל המגבלות הללו מהוות חסם על התוקף החיצוני של מחקר זה. כמו כן, אוכלוסיית בני הנוער בגילאי 13-18 (פייסבוק מגבילה את גיל הנרשמים ל-13 באופן רשמי), שמהווה כ-11% מאוכלוסיית המשתייכים בעולם ו-19% מאוכלוסיית המשתמשים בישראל, לא יוצגה כלל במחקר זה. ניתן לשער שבאוכלוסייה זו ניתן למצוא רמות יישותיות גבוהות יותר.

בנוסף לבחינה של אוכלוסיית בני הנוער, ניתן לבחון במחקרי המשך גורמים נוספים המשפיעים על היישותיות הנתפסת של קבוצות החברים, כמו, למשל, חדירות גבוהה לות הקבוצה - עד כמה נוטה אדם מסוים להוסיף חברים לפייסבוק גם אם הם לא באמת בחוג חבריו הקרובים - על רמת היישותיות הנתפסת. כמו כן ניתן לבחון את השפעת היישותיות של קבוצות החברים בפייסבוק על גורמים שונים, כגון העדפת קבוצות החברים, תפיסת קבוצות החברים כדומים אחד לשני, סטריאוטיפים ביחס לקבוצות החברים, התרומה של הקבוצה לאינדיבידואל ועוד.

היבט נוסף שניתן לבחון הוא מידת האובייקטיביות שבתפיסת היישותיות של הקבוצה. במחקר זה נבדקה תפיסת היישותיות של אדם לגבי קבוצת החברים שלו