

## אוהבים לקבל Like? משמעות קבלת Like ואי-קבלת Like בעיני משתמשי פייסבוק (פוסטר)

<b>חגית מישר-טל</b>	<b>קארין לסקר</b>	<b>שירן אהרוני</b>
מכון טכנולוגי חולון (HIT)	מכון טכנולוגי חולון (HIT)	מכון טכנולוגי חולון (HIT)
<a href="mailto:hagittmt@hit.ac.il">hagittmt@hit.ac.il</a>	<a href="mailto:karinnlaskar@gmail.com">karinnlaskar@gmail.com</a>	<a href="mailto:aharoni.shiran@gmail.com">aharoni.shiran@gmail.com</a>

### Like to get "Like"? The Meaning of "Like" and Lack of "Like" for Facebook Users (Poster)

<b>Shiran Aharoni</b>	<b>Karin Laskar</b>	<b>Hagit Meishar Tal</b>
Holon Institute of Technology	Holon Institute of Technology	Holon Institute of Technology

#### Abstract

The purpose of this research is to understand how users interpret receiving "Like" and lack of "Like". It examines the connection between the way users react to receiving "likes" and not receiving "Likes" and the connection to self-esteem. The research is based on quantitative questionnaire distributed among 91 participants of various educational levels and diverse ages. Findings show the higher the self-esteem the higher the tendency to check "Likes" frequently. On the other hand, the lower the self-esteem the higher the tendency to interpret lack of "likes" as negative. Educators should be aware of the meaning of "likes" in SNS and be sensitive to the way in which they use "likes" with their students.

**Keywords:** Online social networking, Facebook, self-presentation, self-esteem, social comparison, feedback system.

#### תקציר

פייסבוק הינה מערכת לניהול קשרים חברתיים בין משתמשים, אולם מעבר לכך היא גם מערכת ניהול הצגה עצמית ומישוב חברתי. כל פוסט המפורסם בפייסבוק הוא תוצאה של שיקולים של המשתמש לגבי האופן שבו הוא מעוניין להציג את עצמו. למרות שהשימוש במערכת משוב זו נועדה בעיקר לצורך הפצת מידע באופן ויראלי, הרי שהשימוש בה משפיע על המשתמשים ברמה הפסיכולוגית בדרכים שלא ניתן היה לצפותם מלכתחילה. (Blease,2015).

כמו כן, מערכת המישוב הקיימת בפייסבוק היא מנגנון המייצר השוואה חברתית. במחקרו של Lee (2014), נמצא כי קיים קשר חיובי בין תדירות ההשוואה החברתית של אדם בפייסבוק ובין תדירותו בתחושותיו השליליות ברשת זו. תוצאה זו מצביעה על כך שאדם המשווה עצמו עם אחרים בתדירות גבוהה יותר הוא בעל סיכוי גבוה יותר להיות בעל רגשות שליליים.

לפי מחקרם של Gonzales & Hancock (2011) נמצא כי פעילות פייסבוק יכולה להשפיע על ההערכה עצמית של משתמשיה. על פי מחקרם נמצא כי שיתוף המידע בין משתמשים (הרהורים, תמונות, וכדומה) יכול, מצד אחד, לגרום לאנשים להיות מודעים למגבלותיהם ולחסרונותיהם ובכך יכול להוריד את ההערכה עצמית, אך מנגד, שיתוף מידע שזוכה למשובים חיוביים בדמות לייקים יכול להעלות את ההערכה עצמית.

מחקר זה מתחקה אחר המשמעויות שנותנים המשתמשים לקבלה ואי קבלה של 'Like' ובוחרן האם קיים קשר בין מידת הקבלה או אי קבלה של לייקים בפייסבוק להערכה העצמית של המשתמש ברשת החברתית. השאלות העיקריות שנחקרו הן: אילו תחושות ותגובות מתעוררות בקרב המשתמשים בעקבות קבלה ואי קבלת לייקים מאחרים? והאם קיים קשר בין התפיסות לגבי קבלה ואי קבלה של לייקים להערכה העצמית של המשתמש?

המחקר נערך באמצעות שאלון מקוון שפורסם בפייסבוק והשתתפו בו 91 משתמשים פעילים. כשני שלישי נשים והיתר גברים כאשר טווח הגילאים נע בין 19-52 וממוצע גילם עומד על 27.

ממצאי המחקר העידו כי ככל שההערכה העצמית עולה, כך עולה תכיפות הבדיקה של הלייקים. כמו כן נמצא כי ככל שההערכה העצמית של המשתמש יורדת כן עולות תחושותיו השליליות לגבי אי קבלת לייקים. הסיבה לכך יכולה להיות קשורה לממצאיו של Lee (2014), שטען כי אדם המשווה עצמו חברתית עם אחרים בתדירות גבוהה יותר הוא גם בעל סיכוי להיות בעל רגשות שליליים כלפי עצמו. יתכן כי בעלי הערכה עצמית נמוכה נמנעים מראש מבדיקת לייקים משום שהם מבקשים להפחית את הרגשות השליליים המלווים לבדיקת הלייקים.

המסקנות העולות מן המחקר הן בעלות השלכות חשובות למערכת החינוך ולתהליכי למידה שנעשים בפייסבוק ובסביבות וירטואליות אחרות העושות שימוש במנגנון של מישור כדוגמת 'Like'! אנשי חינוך צריכים להיות מודעים למשמעות שמיחסים המשתמשים ללייקים בבואם ללמד בסביבות של רשתות חברתיות ולהשתמש בכלי זה ברגישות רבה עם תלמידיהם.

**מילות מפתח:** רשתות חברתיות, פייסבוק, הצגה עצמית, הערכה עצמית, השוואה חברתית, מערכת מישור.

## מקורות

- Blease, C. R. (2015). Too many 'friends,' too few 'likes'? Evolutionary psychology and 'Facebook depression'. *Review of General Psychology*, 19(1), 1-13.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32(2014), 253-260.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.