

**רשתות חברתיות מקוונות: חקר על רשת טוויטר בישראל / רוזנברג מאיר**

**תקציר**

הרשתות החברתיות המקוונות הן ליבן של מספר אתרים פופולאריים באינטרנט. כיוון שהרשתות החברתיות משפיעות על חבריהן ועל הדרך שהחברים מחווים דעה, האינטרס לחקור אותן גדול. נוכחותן של הרשתות החברתיות המקוונות בחיי היום-יום, משפיעה על הדרך בה הרעיונות והמידע מתפשטים, ולכן הן נושא להתעניינות על-ידי אנשי תקשורת ושיווק בנוסף לאינטרס האקדמי.

טוויטר מאופיין בכך שהוא הרשת החברתית עם הגידול המהיר בעולם, ויש לה מסה גדולה של משתמשים. אך נראה, ממבט ראשון, שלנוכחות המרשימה של טוויטר בעולם אין מקבילה ישראלית, לפחות לא ברמת ההיקף וההשפעה.

מטרת המחקר היא לאפיין את טוויטר בישראל דרך נקודת המבט של חקר רשתות חברתיות. מצד אחד, יילמד היקף השימוש ואופי השימוש בטוויטר על-ידי הציבור בישראל, ומצד שני ייעשה מיפוי של רשת הקשרים בין משתמשי טוויטר על-מנת למצוא את מאפייניה כרשת חברתית. הממצאים יושוו לתוצאות של מחקרים אחרים בעולם. השערת החוקר היא שטוויטר נמצאת בשלב ראשוני של התפתחותה, וטרם היגיעה למעמד של רשת חברתית בעלת משמעות בנוף הישראלי.

הייחוד בטוויטר מתבטא במגבלה ל-140 תווים למסר, והאפשרות לעדכן ולהתעדכן באמצעות מסרונים (SMS) מהטלפון הסלולארי, בנוסף לשימוש במחשב. תכונה נוספת של טוויטר היא החלוקה של המשתמשים בין "עוקבים" ו"נעקבים": לכל משתמש יכול להיות מספר לא מוגבל של משתמשים אחרים אשר בקשו לקבל את המסרים (tweets) שלו, ה"עוקבים" (followers). במקביל משתמש מסוים יכול לעקוב אחר משתמשים אחרים, ה"נעקבים" (following).

טוויטר מאפשר לאתרים ולמפתחים להתחבר אליו. טוויטר מספק ממשק (API) לדליית מידע אודות הפעילות והזהות של חבריה, וזאת מבלי להשפיע על הפעילות עצמה. על-מנת להתחבר לממשק נבנה מערכת ממוחשבת, אשר מטרתה לסנן כל מסר שאינו מישראל. הנתונים הרלבנטיים לשאלות המחקר, הוכנסו ואורגנו בטבלאות במסד הנתונים. המענה על השאלות בעניין אופן השימוש ניתן באמצעות סטטיסטיקה תיאורית. השאלות בעניין הקשרים החברתיים קבלו מענה בעזרת חישובים מטריציאליים ובניתוח גרפי בעזרת תוכנה ייעודית.

ממצאי המחקר, שכלל 890 משתמשי טוויטר בישראל המקיימים 9402 קשרים, מעידים על כך שמשתמשי טוויטר בישראל הם בעיקר עירוניים (תל-אביב וירושלים), הכותבים לרוב באנגלית. השעות

המועדפות לכתיבה הן בין שעות צוהריים לחצות. משתמשי טוויטר בישראל מרבים להשתמש במכשירים ניידים. הרשת החברתית הינה צפופה, כאשר המרחק המקסימאלי בין שני משתמשים הינו 9 והמרחק הממוצע 3.7. ממוצע הקשרים למשתמש הינו 21. למרות זאת הקשרים ההדדיים הם רק 18% מסך הקשרים. בתוך הרשת החברתית ניתן לזהות שבע תת-קבוצות (מרכיבים מקושרים) מתוכן שתיים משמעותיות במיוחד. במחקר גם זוהו המשתמשים המרכזיים בכל תת-רשת ובכלל. מנתוני המחקר עולה שפרופיל המשתמש בטוויטר בישראל לא שונה ממקבילו בעולם, הם משכילים ובעלי הכנסות לא נמוכות ולכן אינם נמנים עם השכבה הצעירה ביותר של משתמשי האינטרנט. הם מסגלים מקדימים (צרכנים אשר מאמצים מוצר חדש בשלב די מוקדם במחזור חייו). המחקר מאשש את השערת החוקר שרשת טוויטר בישראל אינה רחבת היקף. גם נמצא שהיא מתרכזת בציבורים מסוימים, מאוד מוגדרים. זוהי רשת הנוטה להומופיליות. המשתמשים המרכזיים הינם בלוגרים, והידוענים בולטים בהיעדרותם. השערת המחקר, שהרשת בישראל נמצאת בשלב מוקדם של התפתחות, מקבלת חיזוקים מהממצאים.

**מס. מיון בספרייה:**  
**E302.231 רז.רש תש"ע**

**מס. מערכת בספרייה:**  
**001203036**