קשרים בין התנהגיות פרטיות לבין הון חברתי ברשת הפיסבוק / סיון גונן

תקציר

בשנים האחרונות רשתות חברתיות הפכו לכלי תקשורת פופולארי ביותר. מחקרים מראים שאנשים פותחים כרטיס ברשת חברתית לצורך פרסום עצמי ושמירה על קשרים חברתיים. חשיפת מידע אישי ברשתות חברתיות נחקר רבות בשנים האחרונות מפרספקטיבות שונות, כמו השפעת פרמטרים דמוגרפיים, אישיותיים וחברתיים על מידה וסוג החשיפה. אולם, אחד השימושים הנפוצים ברשתות אלו כיום הוא לצרכים מקצועיים, לימודיים ועסקיים. דפוסי חשיפת מידע מקצועי ברשתות השונות והשימוש בהן לצורכי חיפוש עבודה וקידום הקריירה עדיין דורש מחקר מעמיק. בעבודה זו אנו באים למלא פער זה. על כן מטרת המחקר הראשונה הייתה בחינה שיטתית, מעמיקה ומקיפה של גורמים מסוגים שונים לחשיפת מידע מקצועי ברשתות חברתיות בעלות אופי שונה.

ישנן עדויות סותרות בספרות לגבי היעילות של רשתות שונות לצרכים מקצועיים, בפרט לגבי רשתות כלליות ללא יעוד מקצועי מוגדר כמו פייסבוק. אולם באופן ישיר נושא תפיסת האפקטיביות של הרשתות השונות לצורכי מציאת עבודה אינו נחקר באופן מקיף ומעמיק בספרות. על כן מטרת המחקר השנייה היא בחינה השוואתית מעמיקה של תפיסת האפקטיביות של רשתות חברתיות בעלות ייעוד ואופי שונה והגורמים המשפיעים על כך. המחקר מתמקד בשתי הרשתות הנפוצות פייסבוק ולינקדאין - כאשר הראשונה אינה מיועדת דווקא לתחום המקצועי והשנייה כן. בחנו השפעות של גורמים דמוגרפיים כמו גיל, והכנסה, וכן השפעת דפוסי התנהגות ושימוש ברשת בפועל על תפיסת האפקטיביות שלה למטרות מקצועיות. בנוסף ניסינו לעמוד על ההבדלים בין הרשתות בעניין זה. למשל, איזו רשת נתפסת כאפקטיבית יותר ומשמשת יותר אנשים צעירים למטרת חיפוש עבודה, ואיזו מועדפת על ידי משכילים יותר. איזו רשת היא הפופולרית יותר לשימוש ואיזו רשת סייעה בפועל יותר בחיפוש עבודה. לשם כך, נערך מחקר משתמשים על מדגם של כ-230 נבדקים שענו על כ-70 שאלות שונות בנושאים הנ"ל.

ממצאי המחקר תמכו ברוב השערות המחקר לעיל ובנוסף מצביעים על כך שרוב החברים בשתי הרשתות נוטים לפרסם כמות משמעותית של מידע מקצועי ולהחזיק קשרים חברתיים עם חברים מעבודתם (עם יתרון מובהק ללינקדאין). אולם, רק כמחצית המדגם החזיקו כרטיס ברשת זו.

לעומת זאת, כמעט כל משתתפי המחקר היו בעלי כרטיסים ברשת פייסבוק וכן ציינו רמות שימוש גבוהות יותר בפייסבוק בכלל וביחס ללינקדאין בהעברה ושיתוף תכנים מקצועיים עם חברים ברשת.

כמו כן, נמצאו הבדלים מובהקים בין הרשתות השונות הן בדפוסי חשיפת המידע והן בגורמים לכך- גורמים שונים היו בעלי השפעה על מידת חשיפת מידע ברשתות השונות. כך למשל, בלינקדאין חושפים המשתתפים יותר מידע אישי מקצועי על עצמם אולם בפייסבוק מעבירים ומשתפים יותר חומר בנושאים מקצועיים עם חברים אחרים. בפייסבוק נצפו גורמים רבים הקשורים למידת חשיפת המידע בה, כגון, רגש גאווה במקצוע ומקום העבודה, כמות שעות הגלישה, תפיסת אפקטיביות של הרשת. לעומת לינקדאין שאין השפעה מובהקת של הגורמים הנ"ל על כמות המידע המקצועי הנחשף בה אולם ישנה השפעה מובהקת של רמות וותק והכנסה. אם כי, שני המשתנים המובהקים ביותר לניבוי חשיפת מידע מקצועי היו משותפים לשתי הרשתות והם חברתיים: קשרים ברשת עם עמיתים מהעבודה ועם דף החברה בה מועסקים. מכך ניתן להסיק כי השפעה חברתית היא גורם השפעה חשוב על חשיפת מידע מקצועי.

לבסוף, נבנו מודלים של רגרסיה רבת משתנים המנבאים דפוסי חשיפת מידע על עבודה והשכלה בשתי הרשתות עם אחוזי תרומה גבוהים של המשתנים השונים לשונות המוסברת. על כן מתוך דפוסי חשיפת מידע מקצועי ברשתות חברתיות ניתן ללמוד על יחס והתנהגות מקצועית של הנבדק.

לפי כך המלצתנו הפרקטית היא לנקוט בטקטיקה של הצלבת מידע על מועמדים משתי הרשתות על מנת לקבל תמונה מלאה יותר של אופי המועמד. כ"כ היות ולרשתות שונות יתרונות שונים גם לעובדים במיוחד בתקופת חיפוש עבודה כדאי לפתח כמה שיותר את הפרופילים המקצועיים שלהם בשתי הרשתות.

לסיכום, למחקר זה יש השלכות והמלצות מעשיות לשיפור אסטרטגיות לגיוס עובדים על ידי חברות בהתאם לסוג המשרה המוצעת. במקביל, נוכל להמליץ על אסטרטגיות פרסום וייצוג עצמי מותאם רשת וכן על גישות לחיפוש עובדים לחברות השונות על פי אופי העובדים שהם מעוניינים לגייס. למשל, רשתות שונות יסייעו יותר למציאת עובדים לעבודה בתחום ההי טק ובתחום הרפואה, למשרת סטודנט, משרות לצעירים לעומת משרות לבעלי תואר שני ומעלה.

מספר מיון בספריה:
006.754 גונ.קש תשע"ד

מספר מערכת:

002390646

Library of Information Science הספריה ללימודי מידע
Bar-Ilan University, Ramat-Gan, Israel 52900 אוניברסיטת בר-אילן, רמת גן, ישראל
Website: http://is.biu.ac.il/library Email: scheinr@mail.biu.ac.il Tel. 972-3-5318163 .טל