

תפיסת הטוקבקים בכתבות וירטואליות בקרב משתמשי האינטרנט / איילת רזון

תקציר

המחקר הנוכחי בא לחקור את תופעת הטוקבק. הטוקבק מוגדר כתגובה שניתנת על ידי הציבור לכתבות שמתפרסמות במרחב המקוון (דרור, 2006). כותבי הטוקבק יכולים לבטא את חוות דעתם ורגשותיהם ללא הגבלה ובצורה חופשית. באמצעות הטוקבק הכותבים מפיצים מידע לכלל הציבור ויש להם פוטנציאל גדול להשפעה.

הטוקבק הינו אחד מחידושי טכנולוגיית הרשת שתופס תאוצה בזמן האחרון. המחקר בא להראות כיצד הוא נתפס בעיני הציבור שעושה בו שימוש, מה חשיבותו והשפעותיו, מה המשמעות שלו, עד כמה הוא בעל השפעה, האם יכול לתרום לרייטינג ועד כמה התופעה מוכרת.

שתי שאלות נבדקו:

1. מהם דפוסי השימוש של הציבור במדיית הטוקבק?
2. כיצד תופס ציבור הגולשים באינטרנט את תופעת הטוקבק, מהי התרומה והחשיבות בעיניו?

מאחר שהמחקר עסק בחקירת תופעה חדשה, הינו התבסס על שתי שיטות מחקר – כמותית ואיכותנית. גישה זו אפשרה להבין את התופעות החדשות בשימוש הטוקבקים ולבחון הקשרים המשפיעים עליהן (Corsswell, 2003), הוא נערך בישראל בקרב גולשים הקוראים וכותבים טוקבקים בתחומים מגוונים.

תחילה בוצעו 15 ראיונות עומק. איתור המרואיינים נעשה בצורה מכוונת, על בסיס היכרות אישית עם החוקרת, והם נבחרו מראש על סמך זיקתם לכתיבה וקריאה של טוקבקים באופן קבוע. הראיונות התבצעו בצורה פרונטאלית וכל אחד מהם נערך קרוב לשעה, שעה וחצי, האווירה הייתה נינוחה וחברותית. לכל המרואיינים הובטחה אנונימיות ושמידת סודיות. מבחינת מגדרים נשאלו 8 בנים ו-7 בנות, מקצועות המרואיינים היו מגוונים ושונים (מהנדס תוכנה, מדריך טיולים, קופירייטינג, רקדנית טנגו, עורכת תוכן, מקדם אתרים, משחזר מידע, ספרנית, סטטיסטיקאית, מורה לכושר גופני, עובד בנק, מתכנתת, בונת אתרים, מנהל חנות בגדים ומהנדס תוכנה). לאחר סיום הראיונות, נערך ניתוח תוכן מעמיק לתשובות המרואיינים על ידי החוקרת ומומחה נוסף בתחום ניתוח תוכן. דרכו נבנו תמות מרכזיות, קטגוריות, שהווה בסיס לבניית שאלון המחקר.

שאלון המחקר התבסס על התמות וסקירת הספרות, הוא נבנה משאלות פתוחות וסגורות, והופץ בקרב 100 כותבים וקוראי טוקבקים שאותרו באמצעות פניה באינטרנט וכן על ידי פניה פרונטאלית ברחוב או לחברים של חברים. שיטת ההפצה הייתה שיטת "כדור שלג", הנשאלים לא נבחרו בקפידה אלא באקראי, כל משתתף שהבין מהו טוקבק והסכים לענות על השאלון כראוי, התאים למחקר, אנונימיות וסודיות הובטחה להם. מתוך 100 הנשאלים שלושה משתתפים לא השיבו על השאלון כראוי (לא סיפקו פרטים אישיים ולא השיבו על מרבית השאלות) ועל כן הוצאו מהחישוב.

ממצאיי המחקר מצביעים על מספר מסקנות מעניינות. נמצא כי הטוקבק מהווה מקום שבו כל אדם מבלי להיחשף לציבור, יכול להביע דעותיו בצורה ספונטנית וללא צנזורה. הטוקבק מאפשר לטפל ברגשות ואף לקבל ולתת אינפורמציה משמעותית וחדשה בין הגולשים. כמו כן, הינו מהווה זירה שבה ניתן ליצור קשרים חברתיים באינטרנט ולבחון את הידע ועמדות האדם ביחס לאחרים, מה שלא מתאפשר לקבל במקום אחר. יתרה מזו, נמצא כי חברות מסחריות גילו את הפוטנציאל הטמון בטוקבק והחלו לנצל אותו לתועלתם.

בזמן עשיית המחקר עלו קשיים רבים מאחר שהאינטרנט הינו מדיום מורכב, דינאמי, גמיש ואינסופי, וכל שאלה הכי פשוטה שקשורה למדיום הנ"ל אינה ניתנה בקלות, אך יחד עם זאת המחקר הנ"ל, שהינו מחקר ראשוני, יוכל לעזור להבין טוב יותר את תופעת הטוקבק ההולכת וצוברת תאוצה, כיצד אנשים תופסים תופעה זו וכיצד תפיסתם תורמת להמשך התפתחותה. בנוסף יהיה ניתן ללמוד מה הן השפעות התופעה על השיח הציבורי, והאם השפעות אלו בעלי משמעות (Newhagen & Rafaeli, 1996; Morris & Ogan, 1996).

ככל שהמחקר התקדם הועלו שאלות נוספות היכולות להוות בסיס למחקרים נוספים בתחום כמו: תופעת הטוקבק ותפיסתה במגזרים שונים כגון: במגזר הערבי, בקרבת דתיים לעומת חילוניים, ישראלים לעומת ארצות אחרות וכיוצא בזה. חקירת הטוקבק לפי חתר, האם יש הבדל בין: נושאים פוליטיים לחברתיים, נושאים אישיים למסחריים, חדשות לעומת בידור, תרבות וכיוצא בזה. בנוסף מדגם מחקר זה נעשה באופן, דגימת כדור שלג, ולכן איננו מייצג בצורה נוקפת את גילאי הנחקרים או השכלתם. ניתן בעתיד לחקור מה טווח הגיליים שבו הטוקבק מהווה מדיה פופולארית ומה האסכלה של המשתמשים במדיה זו. גם את נושא המגדר, שימוש זכרים לעומת נשים, ניתן לחקור. נראה כי הטוקבק מייצג תופעה פסיכולוגית, ניתן לבחון כיצד הוא משפיע בהיבט זה על כלל ציבור המשתמשים, והאם באמת יש לו השפעות פסיכולוגיות כמשוער. אין ספק שתופעה זו נכנסה לכלל הציבור ומהווה תפנית חשובה בשימוש העולם המקוון. יש להמשיך לחקור ולדון בה על מנת להבין את השלכותיה העתידיות ואת ההשפעות שלה לעומק.

מספר מיון בספרייה:
303.4833 רז.תפ תשע"ב

מספר מערכת:
001222747