

דפוסי ביטוי רגשי בקרב לומדים בקהילה ברשת חברתית

facebook

LIKES BACKGROUND



מטרת המחקר

לבחון הבעת רגשות, העומדת בבסיס הביטוי הטקסטואלי, ולזהות מאפייני שיח בעלי ביטוי רגשי של לומדים בקבוצת פייסבוק העוסקת בלמידה (עושים חייל: חדשנות, יזמות ולמידה).
תוך התייחסות לחמשת מאפייני האישיות ולתגובות שבאות לידי ביטוי כחלק מביטוי רגשי.

שאלות המחקר

מה מידת הקשר
בין מאפייני
האישיות של
הלומדים לבין דרכי
הביטוי הרגשי
שלהם?



מה מידת הקשר בין
מאפייני שיח דיגיטלי
בקרב חברי הקהילה
לבין הגברת השיח
בצורה חיובית?



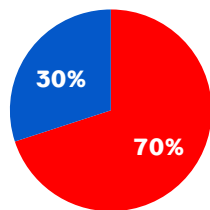
אילו מאפייני שיח
דיגיטלי ניתן לזהות
בהודעות המועלות
במסגרת קבוצת
לומדים בפייסבוק -
עושים חי"ל (חדשנות,
יזמות ולמידה)?





אוכלוסיית המחקר

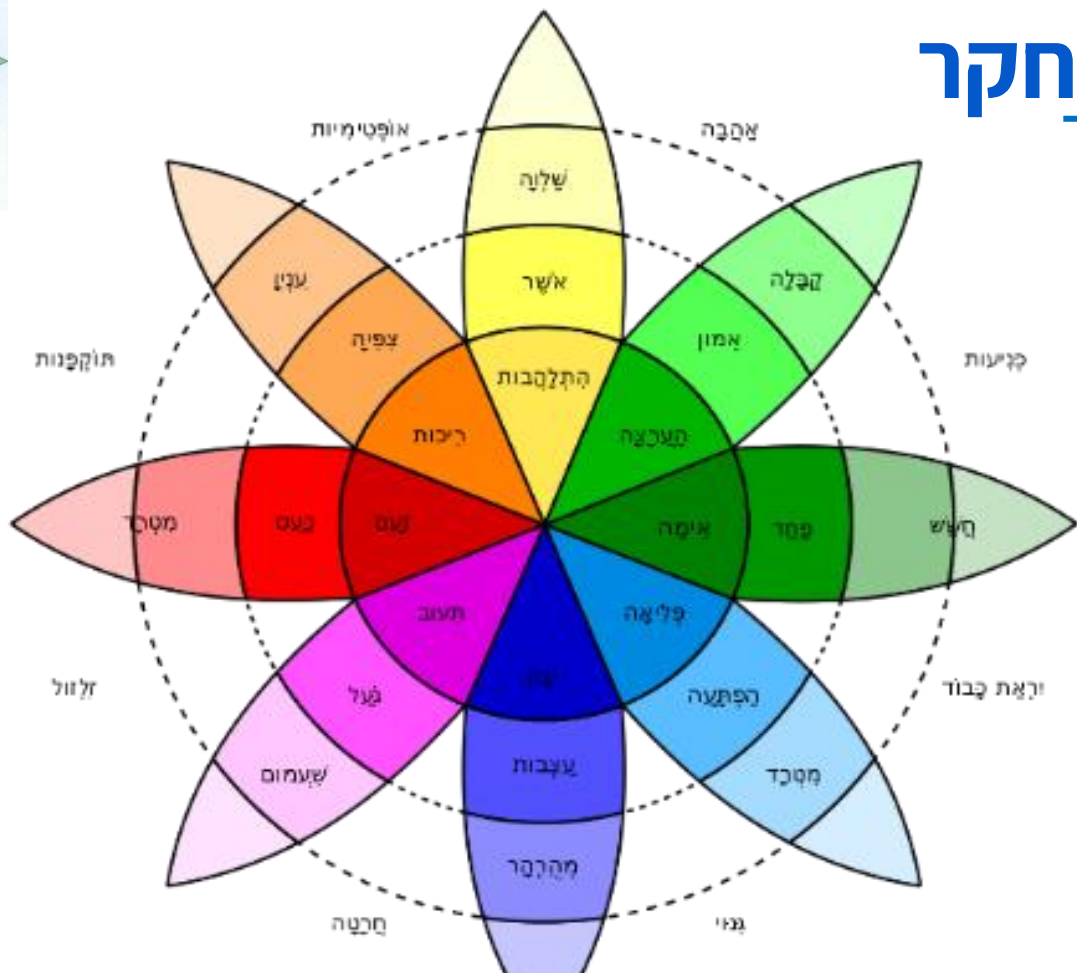
קבוצה בפייסבוק של
קהילה לומדת "עושים חיל-
חדשנות, יזמות ולמידה"
הקבוצה פעילה מאז מרץ
2020, ובה כ-3,824 חברים,
מתוכם 110 ענו על שאלון
אישיות.

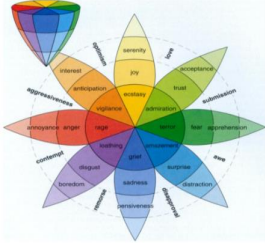


■ גברים ■ נשים

כלי המחקר

מסגרת לניתוח
ולקטלוג ביטויי
רגשות מבוססת
המודל של פולצ'יק,
המייצג רגשות לפי
צבעים (Plutchik,
2001).





כלי המחקר

מסגרת לניתוח ולקטלוג ביטויי רגשות מבוססת המודל של פולצ'ק.
קיטלוג על פי שלושה מאפיינים:

- מאפייני **ביטוי רגשי**: דרכי ביטוי רגשי של הלומד ומהות המסר.

- מאפייני **שיח**: אורך המסר, נושא המסר, סוג המסר, אופן הכתיבה, זמן (שעה ביום) והעיתוי.

- מאפייני **התפתחות שיח דיגיטלי**: כמות הלויקים והתגובות שנגרמו מפרסום המסר.

כלי המחקר

- שאלון המנתח את **חמשת מאפייני האישיות-BFI** (BIG FIVE INVENTORY) של חברי הקהילה. השאלון מורכב מ **10 פריטים**, המעידים על מאפייני אישיות שונים. על המשיבים לדרג את מידת הסכמתם עם הפריטים על סולם אינטרוולי מ-1 עד 5, כאשר 1 משמעו "לא מסכים כלל" ו-5 משמעו "מסכים מאוד".



ממצאים - מאפייני שיח דיגיטלי



אורך המסרים

חלק ניכר כ 91%-מתחת ל 80 מילים.



כתיבה שיתופית במסרים

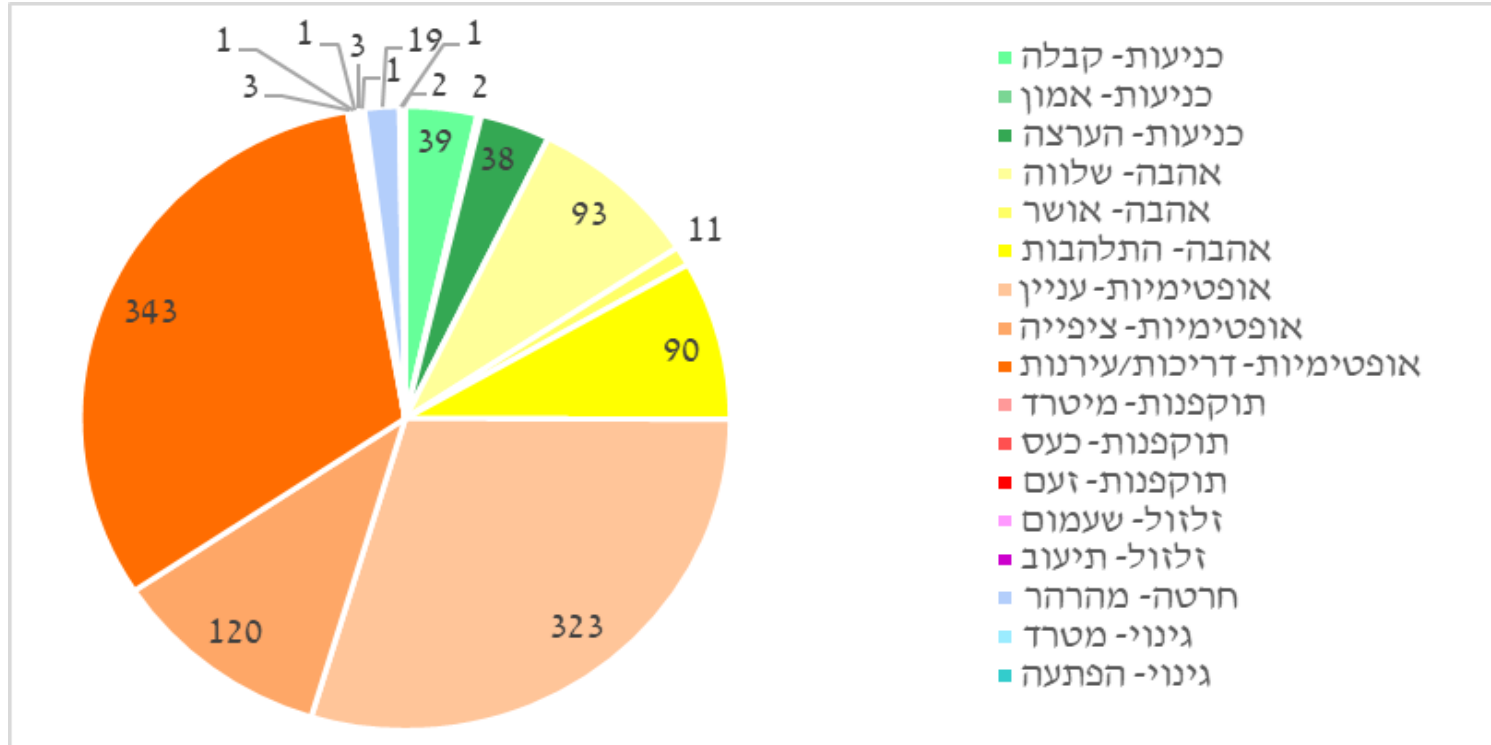
חלק גדול (45%) הממסרים נכתבו בכתיבה חופשית ושיתופית



מרבית המסרים נכתבו עם טקסט בלבד

חשוב לשלב טקסט עם תמונות או וידיאו בכתיבת מסר. כך המסרים מעוררים עניין ומעורבות בקרב המשתמשים ברשת החברתית.

ממצאים - מאפייני שיח דיגיטלי (מאפייני רגשות)



קהילה חיובית

ממצאי המחקר מראים כי הרגשות שעלו בקהילה מעידים עליה **כקהילה חיובית** וככזו שעוסקת בתחומים שמתייחסים לחזון הקהילה. לכן נדרשים להיות **קצרים ועניינים ובכך לצבור היענות, ואקטיביות מצד הקוראים.**



קורלציות (Pearson Correlation) בין אורך המסר לכמות תגובות ולכמות לייקים

אורך המסר	כמות הלייקים	
*.446	*.736	כמות תגובות לפוסט (N=320)
*.497		כמות לייקים בפוסט (N=311)

* $p < 0.01$

קורלציות (Spearman Correlation)

בין מאפייני השיח הדיגיטלי לבין הביטוי הרגשי

מדד אורך המסר (כמות המילים) (N=1086)	מדד לכמות הלייקים (N=311)	
*.170	*.130	רמת הרגש

* $p < 0.05$

קורלציות (Spearman Correlation)

בין מאפייני השיח הדיגיטלי למדדי אישיות

מדד לכמות תגובות	מדד לכמות לייקים	מדד לכמות המסרים	
*-.480			היגד חברותי/פתוח
*-.445			היגד סומך על אחרים
	*-.479		היגד נוטה לבקר פגמים
	*.453		היגד מתעצבן בקלות
		** .528	היגד נוטה לעצלנות
*-.411		*.421	מדד מצפוניות

מסקנות

2

כתיבת מסרים

שיתופית

כתיבה מזמנת
המאפשרת הזדהות של
הקורא עם כותב המסרים



4

רגשות חיוביים

בין אופטימיות לאהבה-
מעיד על קהילה חיובית.



1

מסרים עם מייצג

חזותי

שילוב תמונה/ וידאו/
קישור בכדי לייצר הנעה
לפעולה



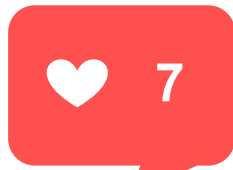
3

אורך קצר של
המסרים

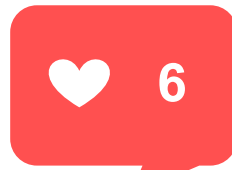
העברת מסרים בצורה
ממוקדת



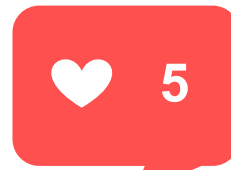
מסקנות: מאפייני השיח הדיגיטלי לבין מאפייני האישיות לבין רמות הרגש



הקשר השלילי בין כמות התגובות להיגדים המתייחסים ל"חברותי"/"פתוח וסומך על אחרים" מעיד על כך שקוראים שמגיבים פחות הם אלו שמעידים על עצמם כלא חברותיים ופחות סומכים על אחרים.



הקשר בין כמות התגובות לכמות הליוויקים מעיד שכל שיהיו יותר ליוויקים במסר כך גם כמות התגובות תעלה ובהפך.



הקשר בין אורך המסר לכמות הליוויקים מעיד כי ככל שהמסר יהיה ממוקד יותר כמות הליוויקים תעלה. ובהתאם לכך גם כמות התגובות תעלה.

מסקנות: מאפייני השיח הדיגיטלי לבין מאפייני האישיות לבין רמות הרגש

10

הקשרים החיוביים בין כמות המסרים לבין היגד "הנטייה לעצלנות" ולמדד המצפוניות מעידים כי הקוראים שכותבים מסרים הם אלו שמעידים על עצמם בעלי נטייה לעצלנות ובעלי מדד מצפוניות גבוה.

הקוראים מודעים לחוסר הפעילות שלהם ובוחרים מתי להיות פעילים. אם לא מגיבים, זה נובע ממקור באישיות (היותם לא חברותיים, לא סומכים על אחרים) או ביקורתיים.

+10

הקשר החיובי בין כמות הלייקים להיגד "מתעצבן בקלות" מעיד על כך שהקוראים שמסמנים לייק הם אלו שמעידים על עצמם כבעלי נטייה להתעצבן בקלות.

9

קשר שלילי בין כמות הלייקים להיגד "נוטה לבקר פגמים" מעיד על כך שהמסמנים פחות לייקים הם אלו שמעידים על עצמם שהם נוטים פחות לבקר פגמים.

8

