

מדיה חדשים ומסורתיים בראי האינטראקטיביות

ד"ר ירון אריאל

החוג לתקשורת
המכללה האקדמית עמק
יזרעאל

ד"ר רות אבידר

החוג לתקשורת
המכללה האקדמית עמק יזרעאל

גב' אילת חן לוי

הפקולטה לניהול
והמרכז לחקר האינטרנט
אוניברסיטת חיפה

מבנה ההרצאה

□ מטרת המחקר

□ מסגרת תיאורטית: אינטראקטיביות

□ שאלות והשערות המחקר

□ שיטת המחקר - הסקר

□ ממצאים ודיון

מטרת המחקר

✓ תפיסת המושג "אינטראקטיביות" בעולם של "התכנסות המדיה" והתפתחות טכנולוגית מואצת.



מסגרת תיאורטית: אינטראקטיביות

אינטראקטיביות נחקרת היום בשלושה מישורים:

□ **כמשתנה תלוי תפיסה** (כיצד אנשים תופסים אינטראקטיביות)

□ **כמשתנה תלוי מדיום** (מאפייני המדיום)

□ **כמשתנה תלוי תהליך** (דגש על האינטראקציה)

- במחקר הנוכחי אנו בודקים אינטראקטיביות כתלוי תפיסה

שאלות המחקר

1. האם בעידן בו מתרחשת התכנסות מדיה (Media Convergence), משתמשי האינטרנט נוטים לקטלג מדיה מסוימים כ"חדשים" ו"מסורתיים"?

במידה שכן –

1.2-אם מדיה אשר להם ותק מבחינה כרונולוגית, כגון מחשב, מחשב נייד וטלפון נייד מקוטלגים על ידי המשתמשים כ"חדשים" או כ"מסורתיים"?
(קטלוג תלוי זמן)



שאלות המחקר

3. באיזו מידה משתמשי האינטרנט מייחסים את תכונת האינטראקטיביות למדיה חדשים בלבד (כמשתנה תלוי מדיום) או גם לסוגים מסוימים של מדיה "מסורתיים" (כמשתנה תלוי תהליך).

- מה "מנצח"? חדש או תגובתי?



שיטה

שימוש בשני שאלונים שנבנו עבור המחקר ושהועברו בשתי תקופות:

- שאלון שהועבר ב-2008 ל 200 סטודנטים לתואר ראשון
- שאלון שהועבר ב-2013 ל 200 סטודנטים לתואר ראשון

ממחקרים קודמים עולה כי:

- צעירים משכילים הם על פי רוב מאמצים מוקדמים של טכנולוגיות חדשות

לפיכך, הנחת החוקרים היא כי:

- צעירים אלו יכירו את המדיה השונים והמתקדמים שעליהם ישאלו בסקר.

ממצאים

■ סטודנטים נוטים לייחס את תכונת האינטראקטיביות בעיקר למדיה חדשים ומסתייעים בהתפתחות הכרונולוגית של אמצעי המדיה השונים כדי להבחין בין מדיום "חדש" ו"ישן".

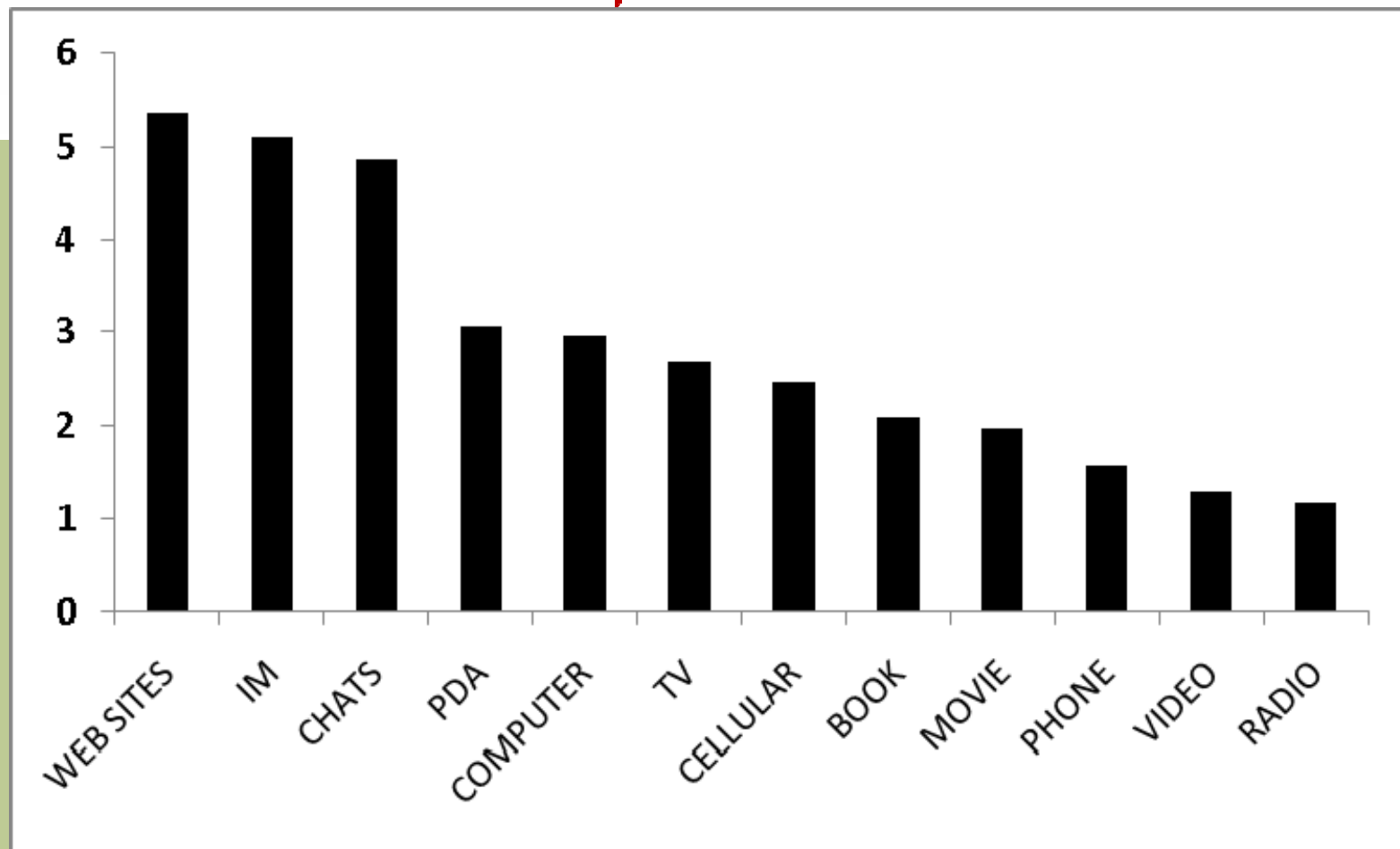
➤ הממצאים החדשים מ 2013 מעידים על שחזור מ 2008 למעט הסמארטפון שלא היה ב 2008

מדיה חדשים נתפסו כאינטראקטיביים יותר באופן

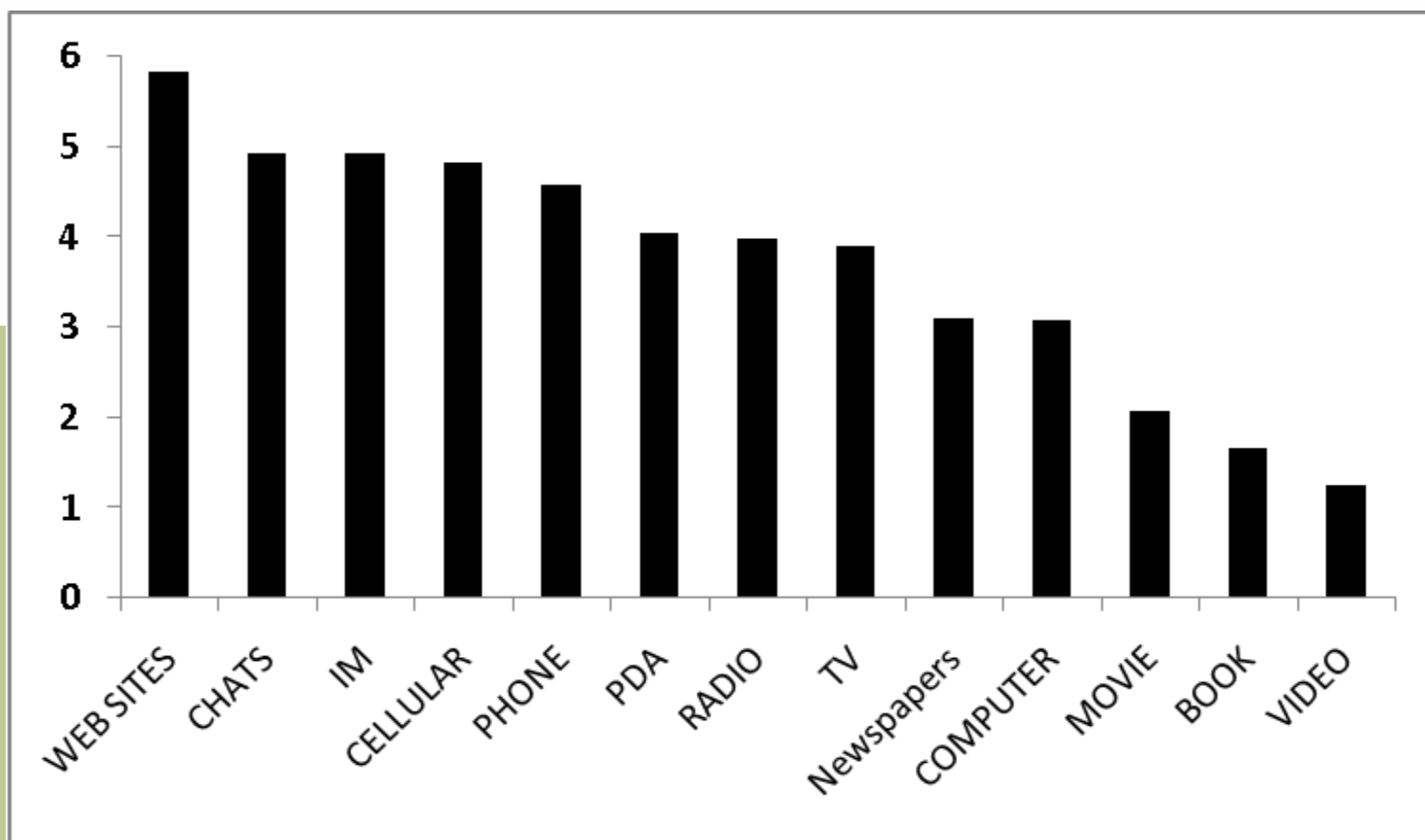
מובהק ממדיה "מסורתיים"

[$t(211)=46.016, p<0.01$]

"חדש ישן"



מהו המדיום המאפשר יותר תגובתיות?



ניתן לראות בין שני השקפים כי התפיסה בין תגובתיות לאינטראקטיביות היא שונה. משתמשים מבינים מה יותר תגובתי אך לא מקשרים תגובתיות לאינטראקטיביות. מה שמחזק את הרעיון שאינטראקטיביות נתפסת כמושג תלוי מוצר/טכנולוגיה



ממצאים-המשך

□ מדיה חדשים (על פי רוב) נתפסו כאינטראקטיביים ותגובתיים יותר ממדיה "מסורתיים"

□ המשתתפים הבחינו בין סוגים שונים של "מדיה חדשים" (לדוגמה בין מידת האינטראקטיביות של מחשב וסלולאר)

□ המשתתפים נטו לתפוס אינטראקטיביות כמאפיין של המדיום (תכונות האמצעי הטכנולוגי)

תרומה תיאורטית

- הצעה לחלוקה מחודשת, ברמה המחקרית, של מדיה חדשים ואינטראקטיביות המתבססת על תפיסה סובייקטיבית של האדם ביחס לטכנולוגיה הטבועה במדיום ולמהות האינטראקציה המתקיימת באמצעותו.

תודה רבה

גב' אילת חן לוי

הפקולטה לניהול
והמרכז לחקר האינטרנט
אוניברסיטת חיפה
eilatlevy@012.net.il

ד"ר ירון אריאל

החוג לתקשורת
המכללה האקדמית עמק
זרעאל
yarona@yvc.ac.il

ד"ר רות אבידר

החוג לתקשורת
המכללה האקדמית עמק
זרעאל
ruthav@yvc.ac.il