

## מופעי מילים בעיתון יומי כביטוי לאימוץ חדשנות טכנולוגית

שם הסטודנטית: מיכל גילי

מנחים : דר' ירון אריאל, המכללה האקדמית עמק יזרעאל, פרופ' שיזף רפאלי, אוניברסיטת חיפה,  
דר' דפנה רבן, אוניברסיטת חיפה

מטרת המחקר היא לבחון האם ובאיזו מידה קיימת התאמה, בין מופעי מילים בעיתון יומי, המבטאות חדשנות טכנולוגית, לבין מידת האימוץ של אותה החדשנות הטכנולוגית בפועל. המחקר מתבסס על התאוריה של רוג'רס (Rogers, 2003) העוסקת בתהליכי אימוץ חדשנות (Diffusion of innovation - DOI). על פי המודל של רוג'רס, מתקיימים חמישה שלבים מרגע הופעת החדשנות ועד לשלב האימוץ המלא שלה בקרב האוכלוסייה. החדשנים – מהווים 2.5% מכלל המאמצים, המאמצים המקדימים – מהווים 13.5%, הרוב המקדים – מהווה 34%, הרוב המאחר – מהווה 34%, והמאמצים המאחרים – מהווים 16% מכלל המאמצים. כדי לבדוק אם אכן קיימת התאמה בין מספר מופעי המילה בעיתון, לאורך ציר הזמן, לבין מידת אימוץ החדשנות בפועל, תערך השוואה של הנתונים עם מאגרים חיצוניים של גורמים רשמיים, האוספים מידע מסוג זה, כגון הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) ומשרד התעשייה המסחר והתעסוקה (התמ"ת).

לבחירת 20 המילים המיועדות להיכלל במחקר, נבנה והופץ שאלון ובו מבחר מילים המייצגות חדשנות טכנולוגית מתקופות שונות. מנתונים ראשוניים שהתקבלו מ-45 משיבים עולה כי המילים שזכו לפופולאריות הרבה ביותר הן: טלפון, מטוס, מיקרוסקופ, מכונת, רדיו, טלוויזיה, מחשב, לוויין, קוצב לב, כור גרעיני, אינטרנט, השתלת לב, גוגל, טלפון סלולרי, לייזר, סמארטפון, מחשב ענן, GPS, רשת חברתית, מזל"ט.

המחקר ייחודי בתרומתו לחקר תיאוריית הפצת החדשנות (DOI) מאחר ולראשונה הוא יתבסס על נתוני-עתק (Big-Data) של עיתונות יומית ישראלית. כמו כן הוא עשוי לסייע בבניית כלי עזר נוסף למדידת אימוץ חדשנות באוכלוסיות גדולות.