

הפצת מידע ברשת חברתית: הקשר בין דרכי ניהול פרטיות מקוונת, תכונות אישיות, חשיפה עצמית, יצירת ההון החברתי ורווחת המשתתפים

סיון טומאשי

בהנחיית: דר' אינה בלאו, האוניברסיטה הפתוחה ודר' דפנה רבן, אוניברסיטת חיפה.

בשנים האחרונות, מיליוני אנשים מחוברים לרשתות החברתיות וביניהם רבים משתמשים בפייסבוק. רשתות חברתיות מאפשרות לקיים ולשמר מערכות יחסים באינטרנט, לפגוש אנשים חדשים, ולחלוק עמם מידע אישי. מחד, חשיפה של מידע אישי עשוי להיות מושפע ממאפיינים אישיותיים ומחשש המשתמשים לפרטיותם. מאידך, חשיפה עצמית בתורה עשויה להשפיע על יחסים חברתיים ורווחתם של המשתתפים. מחקר זה בוחן את הקשר בין ניהול הגדרות פרטיות, תכונות אישיות, מידת חשיפה עצמית בפייסבוק, יצירת הון חברתי מקשר ומגשר ורווחתם של המשתמשים. על מנת להציע מודל התנהגות מקיף ברשתות החברתיות, המחקר מצליב בין נתונים כמותיים משאלון מקוון לדיווח עצמי שמילאו 115 משתמשי פייסבוק ישראלים מבוגרים צעירים בגילאים 18-35, לבין ניתוח איכותני של ראיונות עם 12 משתתפים החושפים את חוויותיהם האישיות ברשת. תוצאות ניתוח שונות מצביעות על כך שניהול הגדרות פרטיות משפיע על עומק, כנות ומודעות בחשיפה העצמית בפייסבוק. כמו כן, תכונות מוחצנות-מופנמות משפיעה על מודעות בחשיפה העצמית בפייסבוק. מתאמי פירסון מראים שאנשים אשר חושפים מידע אישי בצורה כנה יותר, מרוצים יותר מחייהם, ואנשים המודעים יותר לחשיפה של מידע אישי ברשת חברתית, מעריכים את עצמם בצורה חיובית יותר. בנוסף, נראה כי משתמשים בעלי הון חברתי גבוה, מדווחים על מידת שביעות רצון גבוהה מהחיים. המחקר מציע מודל התנהגותי של הפצת מידע ברשתות חברתיות וממצאיו תורמים למחקר החברתי והפסיכולוגי של הרשתות חברתיות. כמו כן, הממצאים עשויים לתרום לארגונים אשר מעוניינים לבנות רשתות חברתיות פנים ארגוניות עם מאפיינים אשר ימקסמו את הפוטנציאל הטמון בהן.