

## המשתמש המחובר - בין השתתפות למעורבות

מרצה: ד"ר ליאור זלמנסון [lzalmanson@univ.haifa.ac.il](mailto:lzalmanson@univ.haifa.ac.il)  
ימי שלישי, 13:00-16:00  
שעות קבלה: משרד 501, בתיאום מראש

### מטרות הקורס:

מה מניע את האנשים המקדישים את זמנם לטיפוח קהילה באתר אינטרנט? מה הם יחסי הכוחות בתוך קהילה ומי "שווה" יותר? מה מאפיין את ה Lurkers – האנשים שלא משמיעים קולם בקהילה וכיצד ניתן לעודד אותם להשתתף? מה מאפיין את הטרולים – משתתפים בעלי התנהגות מזיקה וכיצד ניתן לגרום להם להפסיק? מה מייחד קהילות שנוצרות סביב מוצר מסחרי? האם אנשים יהיו מוכנים לשלם על השתתפות בקהילה? עד כמה פרטיות חשובה למשתתפים? אלו רק חלק מהשאלות בהן נדון בסמינר מחקר זה. כיום, קהילות מקוונות נפוצות יותר מאי פעם. למעשה, אתרים רבים מאמצים לעצמם מרכיבים קהילתיים או חברתיים על ידי שימוש בחברויות, טוקבקים, פידבקים ודפי שיחה כדי לתת ערך מוסף לאתר ולהשאיר את המשתתפים בו זמן רב יותר. על כן, חשיבות המענה לשאלות אלו רק עולה. בסמינר זה נבחן סוגיות מרכזיות בחקר ההשתתפות והמעורבות בקהילות מקוונות המעסיקות חוקרים בתחומי התקשורת, הסוציולוגיה ומנהל העסקים.

### מטלות ודרישות:

- נוכחות בשיעורים
- קריאת החומר הביבליוגרפי הצגת רפרט
- עבודה סמינריונית

### מבנה ציון הקורס:

20% נוכחות והשתתפות פעילה בדיונים בשיעורים  
80% הצגת רפרט – מצגת - מאמר ארוך או שני מאמרים קצרים (באותו נושא) להצגה בכיתה באורך השיעור.  
על הסטודנט מצופה להציג את המאמר, לשטוח את הביקורת, להציע מחקרי המשך ולנהל דיון בנושא בכיתה.

מבנה הקורס ומאמרים (שימו לב- מדובר בנושאים ראשוניים – הנושאים הספציפיים והמאמרים ישתנו עוד).

שיעור מספר...	נושא	מאמר
1	מעורבות/השתתפות/מעורבות – מבוא ואתגרי מחקר	-
2	מוטיבציה לתרומת ידע לקהילה	Kollock, Peter . 1999. "The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace". In Smith, Marc; Kollock, Peter. <i>Communities in</i>

<p>Cyberspace. London: Routledge. pp. 220–239.</p> <p>Nov, Oded . 2007. "What motivates Wikipedians". <i>Communications of the ACM</i> <b>50</b> (11): 60–64.</p>		
<p>Lampe, C., and Johnston, E. 2005. "Follow the (Slash) Dot: Effects of Feedback on New Members in an Online Community," ACM Conference on Supporting Group Work, New York: ACM Press, pp. 11–20.</p> <p>Huberman, Bernardo A., Daniel M. Romero, and Fang Wu. "Crowdsourcing, attention and productivity." <i>Journal of Information Science</i> (2009).</p>	חשיבותם של תשומת לב ופידבק	2
<p>Burke, Moira, et al. "Introductions and requests: Rhetorical strategies that elicit response in online communities." <i>Communities and Technologies 2007</i>. Springer London, 2007. 21-39.</p>	רטוריקה מילולית והשתתפות	3
<p>Ren, Yuqing, Robert Kraut, and Sara Kiesler. "Applying common identity and bond theory to design of online communities." <i>Organization studies</i> 28.3 (2007): 377-408.</p>	תיאוריות פסיכולוגיות בעיצוב קהילה	3
<p>Preece, J., and Schneiderman, B. 2009. "The Reader-to-Leader Framework: Motivating Technology-Meditated Social Participation," AIS Transactions on Human-Computer Interaction (1:1), pp. 13–32.</p> <p>Bryant, Susan L., Andrea Forte, and Amy Bruckman. "Becoming Wikipedian: transformation of participation in a collaborative online encyclopedia." <i>Proceedings of the 2005 international ACM SIGGROUP conference on Supporting group work</i>. ACM, 2005.</p>	היררכיית השתתפות	4
<p>Nonnecke, B., and Preece, J. 2000. "Lurker Demographics: Counting the Silent," in Proceedings of Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, New York, NY: ACM, pp. 73-80.</p> <p>Soroka, Vladimir, and Sheizaf Rafaeli. "Invisible participants: how cultural capital relates to lurking behavior." <i>Proceedings of the 15th international conference on World Wide Web</i>. ACM, 2006.</p>	Lurkers	4
<p>Butler, B., Sproull, L., Kiesler, S., &amp; Kraut, R. (2002). Community effort in online groups: Who does the</p>	מנהיגות ואחריות בקהילה	5

work and why?. <i>Leadership at a distance: Research in technologically supported work</i> , 171-194.		
Buckels, Erin E., Paul D. Trapnell, and Delroy L. Paulhus. "Trolls just want to have fun." <i>Personality and Individual Differences</i> 67 (2014): 97-102.  Shachaf, Pnina, and Noriko Hara. "Beyond vandalism: Wikipedia trolls." <i>Journal of Information Science</i> 36.3 (2010): 357-370.	Trolls והתנהגות מפריעה	5
Brown, Jo, Amanda J. Broderick, and Nick Lee. "Word of mouth communication within online communities: Conceptualizing the online social network." <i>Journal of interactive marketing</i> 21.3 (2007): 2-20.	רשתות השפעה בתוך קהילות	6
Oestreicher-Singer, G ., & Zalmanson, L. 2013. "Content or Community? A Digital Business Strategy for Content Providers in the Social Age," <i>MIS Quarterly</i> , (37:2), pp. 591-616.	מחויבות ותשלום עבור אתר קהילתי	6
Wiertz, Caroline, and Ko de Ruyter. "Beyond the call of duty: Why customers contribute to firm-hosted commercial online communities." <i>Organization studies</i> 28.3 (2007): 347-376.	קהילות מותג וקהילות סביב מוצר	7
Stutzman, Fred, Ralph Gross, and Alessandro Acquisti. "Silent listeners: The evolution of privacy and disclosure on facebook." <i>Journal of Privacy and Confidentiality</i> 4.2 (2013): 2.	פרטיות ואנונימיות בקהילה	7