

המשתמש המחובר- בין השתתפות למעורבות

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

מטרות הקורס

הסמינר עוסק בתופעת ה Engagement – ההשתתפות והמעורבות של המשתמשים באתרי האינטרנט. 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. הסמינר עוסק בניסיון להגדיר את מושג ה Engagement ולכמתו, וכן במחקרים שעוסקים בהשפעת השתתפות ומעורבות משתתפים על משתנים פסיכולוגיים (כגון בריאות נפשית), כלכליים (נכונות לשלם על שירותי האתר) וסוציולוגיים (כגון הון חברתי). בסמינר יושם דגש על הבנת התהליך המחקרי בקהילות ואתרים ברשת, על שלל הזדמנויותיו, אתגריו ומגבלותיו.

מטלות ודרישות:

- נוכחות פעילה בשיעורים
- קריאת החומר הביבליוגרפי
- הצגת רפרט

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

מאמר	נושא	תאריך	שיעור מספר...
<p>Attfield, S., Kazai, G., Lalmas, M., & Piwowarski, B. (2011). Towards a science of user engagement (position paper). In <i>WSDM workshop on user modelling for Web applications</i></p> <p>Oestreicher-Singer, G., & Zalmanson, L. (2013). Content or community? A digital business strategy for content providers in the social age.</p>	<p>Engagement – מבוא הגדרות ומושגי יסוד</p>	16.7	1
<p>Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2014). The concept of flow. In <i>Flow and the foundations of positive psychology</i> (pp. 239-263). Springer, Dordrecht.</p>	<p>FLOW – תיאוריית הזרימה</p>	23.7	2
<p>Jennett, C., Cox, A. L., Cairns, P., Dhoparee, S., Epps, A., Tijs, T., & Walton, A. (2008). Measuring and defining the experience of immersion in games. <i>International journal of human-computer studies</i>, 66(9), 641-661.</p>	<p>אימרסיה – השתקעות ותפקידה בסביבות וירטואליות</p>	23.7	2
<p>Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. <i>Computers in Human Behavior</i>, 29(4), 1841-1848.</p>	<p>FOMO - השפעות של השתתפות על הפחד מהחמצה</p>	30.7	3
<p>Norton, M. I., Mochon, D., & Ariely, D. (2012). The IKEA effect: When labor leads to love. <i>Journal of consumer psychology</i>, 22(3), 453-460.</p> <p>Aronson, E., & Mills, J. (1959). The effect of severity of initiation on liking for a group. <i>The Journal of Abnormal and Social Psychology</i>, 59(2), 177.</p>	<p>כשמאמץ השתתפותי הופך לאהבה ושייכות</p>	30.7	3
<p>Franke, N., Schreier, M., & Kaiser, U. (2010). The "I designed it myself" effect in mass customization. <i>Management science</i>, 56(1), 125-140.</p>	<p>מעורבות משתתפים בתהליכי עיצוב</p>	6.8	4
<p>Hildebrand, C., Häubl, G., Herrmann, A., & Landwehr, J. R. (2013). When social media can be bad for you: Community feedback stifles consumer creativity and reduces satisfaction with self-designed products. <i>Information Systems Research</i>, 24(1), 14-29.</p>	<p>כשפידבק יוצר נזק בתהליכי יצירה</p>	6.8	4
<p>Cheng, J., Bernstein, M., Danescu-Niculescu-Mizil, C., & Leskovec, J. (2017, February). Anyone can become a troll: Causes of trolling behavior in online discussions. In <i>CSCW: proceedings of the Conference on Computer-Supported Cooperative Work</i></p>	<p>השתתפות חברתית הרסנית</p>	20.8	5
<p>Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). Social bots: Human-like by means of human control?. <i>Big data</i>, 5(4), 279-293.</p>	<p>Social Bots</p>	20.8	5
<p>Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2009, April). Feed me: motivating newcomer contribution in social network sites. In <i>Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems</i> (pp. 945-954). ACM.</p>	<p>עידוד השתתפות של חדשים בקהילה</p>	27.8 (16:00)	6
<p>Hamari, J. (2017). Do badges increase user activity? A field experiment on the effects of gamification. <i>Computers in human behavior</i>, 71, 469-478.</p>	<p>שימוש ב Badges וסמלים גרפיים</p>	27.8 (16:00)	6

Miller, A. R., & Tucker, C. (2013). Active social media management: the case of health care. <i>Information Systems Research</i> , 24(1), 52-70.	ניהול Social Media - Engagement של עובדים מול לקוחות	3.9	7
Claussen, J., Kretschmer, T., & Mayrhofer, P. (2013). The effects of rewarding user engagement: The case of Facebook apps. <i>Information Systems Research</i> , 24(1), 186-200.	Engagement שווה כסף - מודלים עסקיים	3.9	7
Althoff, T., White, R. W., & Horvitz, E. (2016). Influence of Pokémon Go on physical activity: study and implications. <i>Journal of medical Internet re</i>	תועלות בריאותיות של Engagement	10.9	8
Shakya, H. B., & Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: A longitudinal study. <i>American journal of epidemiology</i> , 185(3), 203-211.	סיכונים פסיכולוגיים לאורך זמן של מדיה חברתית	10.9	8