

## פייסבוק

פייסבוק היא הרשת החברתית הגדולה ביותר כיום, עם 1.39 מיליארד משתמשים ברחבי העולם, מתוכם 82.4% חיים מחוץ לגבולות ארצות הברית וקנדה (Wu, Chang & Yuan, 2014). לשם השוואה, בשנת 2007 היו 21 מיליון משתמשים רשומים בפייסבוק (Ellison et al., 2007), ובשנת 2012 היו 500 מיליון חברים רשומים בפייסבוק (Nadkarni & Hofmann, 2012). כיום ישנם 890 מיליון משתמשים פעילים מדי יום, 645 מיליון משתמשים יומיים דרך הטלפון הנייד (Facebook, 2014).

עם כמות כזו של משתתפים, הרשת היא חלק בלתי נפרד מהעולם של ימינו, ועם ההתפתחויות הטכנולוגיות בשנים האחרונות, השימוש ברשת הפייסבוק התרחב גם לטלפונים ניידים וטאבלטים, כך שהרשת זמינה כמעט בכל מקום כיום למשתמשיה (Wu, Chang & Yuan, 2014). עבור המשתמשים של היום, האינטרנט הוא לא תחליף לעולם האמיתי, כי אם חלק בלתי-נפרד ממנו, וייחודה של רשת הפייסבוק הוא בעובדה שהמשתמש יכול לחוות אינטראקציה ולקבל משוב מידי ממשתמשים אחרים, דבר שלא מתאפשר במדיות תקשורתיות אחרות (עמיחי-המבורגר, 2005).

המאפיינים העיקריים של פלטפורמת הפייסבוק הם רשימת החברים (Friends), הקיר האישי (Wall), האפשרות לעשות "Poke" למשתמש אחר, פרסום סטטוסים, אפשרות יצירת אירוע (Event), פרסום תמונות, שליחת הודעות אישיות (Message) ופומביות (Status), ציאת (Chat) עם משתמשים אחרים, העלאת סרטוני וידיאו, חברות בקבוצות ולעשות Like. רשימת החברים היא מרכיב מרכזי בפייסבוק, מכיוון שהיא מאפשרת למשתמש ליצור רשימה פומבית או פרטית של קשרים עם חברים וירטואליים שמשתמשים אחרים יכולים לראות אם המשתמש מחליט להפוך אותה לגלויה. ה"קיר" של כל משתמש הוא מעין "לוח מודעות" שעליו יכולים משתמשים אחרים לפרסם הודעות לחבריהם, ובעל הפרופיל של אותו "קיר" וכן משתמשים נוספים יכולים להגיב להודעה זו. אופציית ה-Poke נועדה לשמש מעין ברכה ראשונית למשתמשים אחרים וקבלת תשומת לב מהם (Nadkarni & Hofmann, 2012).

הסטטוס מאפשר למשתמש לספר לחבריו על פעולותיו השונות ומקום הימצאו. האופציה של יצירת אירועים מאפשרת תכנון של אירועים שונים ושליחת הזמנות למשתתפים. לכל משתמש יש אפשרות להעלות תמונות וסרטוני וידיאו עליהם יכולים חבריו להגיב, ותקשורת עם חברים יכולה להיעשות באמצעות שליחת הודעות פרטיות או פומביות, או באמצעות התכתבות בצ'אט. בנוסף, ניתן ליצור קבוצות שלחברים בהן יש תחומי עניין משותפים, וכתפור ה-Like מאפשר למשתמשים לתת משוב חיובי לגבי תכנים שפורסמו (Nadkarni & Hofmann, 2012). במשך הזמן, נוצרת לכל משתמש רשת קשרים של חברים וירטואליים העדכון לגבי פרסומים של שאר החברים הווירטואליים של כל

משתמש נעשה באמצעות דיווח שוטף באתר הבית של כל משתמש שנקרא פיד (Feed) Valenzuela (et al., 2008).

רשת הפייסבוק מספקת למשתמשים פלטפורמה לחלוק סיפורים, להביע את דעתם ולחלוק מידע באופן שמתעלה על גבולות מסורתיים כמו מדינות או קבוצות חברתיות. זו סביבה שבה יש פחות אינטראקציה פנים אל פנים בין המשתמש לחבריו הווירטואליים (Wu et al., 2014). גיונסון מצא במחקרו כי פרופילים בפייסבוק הם כלי חשוב להצגה עצמית ולשימוש ולצבירת הון חברתי (Johnson, 2008 in Wu et al., 2014). נמצא כי פייסבוק משמש לתחזוקת קשרים עם אנשים שהקשר איתם נותק (Ellison et al., 2007). הזהות הווירטואלית של המשתמש משקפת אישיות שונה מזו שבמציאות, בהתאם לפעולות השונות שהוא מבצע, אם באמצעות כתיבת סטטוסים מסוימים או העלאת תמונות מסוימות (Wu et al., 2014).

## רשתות חברתיות

רשתות חברתיות (Social Networks Site, SNS) מוגדרות כסביבות וירטואליות שמאפשרות לאינדיבידואל לבנות פרופיל אישי, לחלוק טקסט, דימויים ותמונות ולתקשר עם משתמשים אחרים באתר (Lin & Lu, 2011). אלו פלטפורמות תקשורת מבוססות-אינטרנט שתומכות באינטראקציות חברתיות בין משתמשים (Ellison, Vitak, Gray & Lampe, 2014). החברים ברשתות החברתיות מתקשרים זה עם זה, וחולקים מידע ותוכן בנושאים שונים. הרשתות הללו מאפשרות לשמור על קשר עם חברים מהעבר, לנהל קשרים הקיימים בהווה או ליצור קשרים חדשים (Raacke & Bonds-Raacke, 2008). רשתות חברתיות מושכות מיליוני משתמשים, והן מוטמעות בחיי היום-יום שלהם. מרבית האתרים הללו תומכים בשימור קשרים קיימים, ואחרים עוזרים לזרים לתקשר זה עם זה על בסיס תחומי עניין משותפים כגון השקפות פוליטיות, תחומי עניין או השתייכות לקבוצות מגדריות, דתיות, אתניות ועוד (Boyd & Ellison, 2008).

בבסיס הרעיון של הרשתות החברתיות נמצא הפרופיל האישי של המשתמש, שהוא למעשה דף ייחודי המספק מידע אודות המשתמש: לאחר ההצטרפות הראשונית לרשת החברתית, המשתמש מתבקש למלא סדרה של שאלות כגון תיאור של גיל, מיקום, תחומי עניין ועוד, וישנה אפשרות להעלות תמונת פרופיל מייצגת. לאחר מילוי השאלות הללו, נוצר הפרופיל האישי של המשתמש, והוא יכול להתחיל ולחפש משתמשים נוספים בתיבת חיפוש ייעודית, ובאפשרותו להציע להם חברות או לעקוב אחריהם בלבד. בחלק מהרשתות החברתיות ישנה אפשרות להגביל את פומביות הפרופיל: החל מפרופיל פומבי או פרופיל שמוגבל לרשימת אנשים מסוימים ועד לפרופיל שרק המשתמש עצמו יכול לצפות בו. ניתן לצפות ברשימת החברים של כל משתמש, אולם בחלק מהאתרים, צפייה ברשימת החברים פתוחה רק בהסכמת המשתמש. מרבית הרשתות מאפשרות