

**אוניברסיטאות בזמן מלחמה :
השימוש בפייסבוק של האוניברסיטאות בישראל בזמן
מלחמת 'חרבות ברזל'
(פוסטר)**

גל יעבץ
אוניברסיטת בר-אילן
Gal.yavetz@biu.ac.il

**Universities During Wartime: The Use of Facebook by Israeli
Universities During 'Swords of Iron' War
(Poster)**

Gal Yavetz
Bar-Ilan University
Gal.yavetz@biu.ac.il

Abstract

On October 7, 2023, following the Hamas terror attack and the outbreak of the Iron Sword War, academic institutions in Israel faced an unprecedented situation. Academic activities were halted as institutions shifted to crisis management and postponed the opening of the academic year. This study examines the strategic use of social media by these institutions at the start of the war. While previous studies emphasized social media's role in promoting academic connections in routine times (Oplatka & Hemsley-Brown, 2021), this study focuses on its role in times of crisis and uncertainty. To this end, we analyzed Facebook posts from 10 research universities in Israel between October 7 and February 7, capturing the terrorist attack, the developing delays and the opening of the semester. Data were collected using Crowdtangle, exporting public posts, metadata, and engagement metrics. Statistical analyses were performed in R (version 4.3.3) and RStudio (version 2023.12.1.402). All of the posts were manually categorized into five recurring themes, including community relations, volunteering, and support for security forces. The findings highlight social media's critical role in emotional support, information dissemination, and community maintenance during crises, providing insights for future institutional strategies.

Keywords: Crisis, Higher Education, Communication, Social Media.

תקציר

ב-7 באוקטובר 2023, בעקבות מתקפת הטרור של ארגון החמאס ופרוץ מלחמת חרבות ברזל, נקלעו המוסדות האקדמיים בישראל למצב חסר תקדים. כל פעולות הלימודים נעצרו, כשהמוסדות עברו לניהול המשבר ולדחייה מתמשכת של שנת הלימודים האקדמית. מחקר זה בוחן את השימוש האסטרטגי במדיה החברתית על ידי מוסדות אלה בתחילת המלחמה. בעוד שמחקרים קודמים הדגישו את חשיבות השימוש במדיה החברתית לקידום קשרים אקדמיים ופדגוגיים במוסדות להשכלה גבוהה (Oplatka & Hemsley-Brown, 2021), אלו עסקו בעיקר בזמני שגרה ובימים כתיקונם. המחקר הנוכחי מתמקד בתפקיד המדיה החברתית בתקשורת עם הסטודנטים והציבור במהלך המלחמה. על מנת לבחון זאת, ביצענו מחקר מסוג ניתוח תוכן (Content Analysis) מקוון, שמטרתו לבחון את התכנים שהופיעו אצל 10 אוניברסיטאות המחקר בישראל בפרק הזמן שבין 7.10 ועד 7.2. כך נוצרה תמונת מצב מייצגת הכוללת את מתקפת הטרור, תקופת השבתת הלימודים ודחייתם, ואת תחילת הסמסטר. בחרנו להתמקד בפייסבוק בשל היותה הפלטפורמה הציבורית הרחבה ביותר להעברת מידע ומסרים מצד המוסדות, באופן המאפשר מעקב וניטור לצרכי מחקר. לצורך איסוף נתונים אחיד

והשוואתי השתמשנו ביישום Crowdtangle. באמצעותו יכולנו לייצא את כלל המידע הציבורי שהופיע בעמודים הרשמיים של האוניברסיטאות, לרבות רשומות, מידע ויזואלי, מטא-נתונים (Metadata), ומאפייני תגובות ומעורבות משתמשים (Tess, 2024). הניתוחים הסטטיסטיים בוצעו באמצעות R (R Core Team, 2024), גרסה 4.3.3, ו-RStudio (RStudio, 2024), גרסה 2023.12.1.402. בהמשך, ביצענו קידוד ידני של כלל הרשומות בקורפוס לצורך שיוכן לקטגוריות תוכן ראשיות. לאחר ניתוח התכנים הראשוני זיהינו חמש קטגוריות אשר חזרו על עצמן בשכיחות גבוהה יחסית בכל הרשומות. כך התגלה שימוש ניכר באסטרטגיות תוכן המותאמות לצרכים דחופים של המשבר, כגון קשרי קהילה, התנדבות והתגייסות לטובת משרתי כוחות הביטחון והחטופים. לאחר מכן ניכרה חזרה לשגרה דרך מיקוד בשיווק של תכניות לימודים. המחקר מדגיש את תפקידה הקריטי של המדיה החברתית בהעברת מידע ושימור קשרי קהילה, במיוחד בזמני משבר. הוא מתבסס על מחקרים קודמים (Manca, 2020; Snoeijers et al., 2014) שהראו את חשיבות המדיה החברתית בזמני חירום, אך מציע זווית חדשה הנוגעת למשבר ביטחוני לאומי. תרומתו העיקרית של המחקר היא בהבנת האסטרטגיות התקשורתיות של מוסדות אקדמיים בתקופות של חוסר ודאות, תוך הדגשת האתגרים וההזדמנויות שבשימוש במדיה החברתית. ממצאים אלו יכולים לשמש בסיס לפיתוח כלים ותוכניות אסטרטגיות עבור מוסדות להשכלה גבוהה בזמני משבר עתידיים.

מילות מפתח: משבר, השכלה גבוהה, תקשורת, מדיה חברתית.

מקורות

- Manca, S. (2020). Snapping, pinning, liking or texting: Investigating social media in higher education beyond Facebook. *The Internet and Higher Education*, 44, 100707. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2019.100707>
- Oplatka, I., & Hemsley-Brown, J. (2021). A Systematic and Updated Review of the Literature on Higher Education Marketing 2005–2019. In Z. Sinuany-Stern (Ed.), *Handbook of Operations Research and Management Science in Higher Education* (Vol. 309, pp. 35–80). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-74051-1_2
- R Core Team. (2024). R: A language and environment for statistical computing. *R Foundation for Statistical Computing*. <https://www.R-project.org/>
- Snoeijers, E. M., Poels, K., & Nicolay, C. (2014). #universitycrisis: The Impact of Social Media Type, Source, and Information on Student Responses Toward a University Crisis. *Social Science Computer Review*, 32(5), 647–661. <https://doi.org/10.1177/0894439314525025>
- Tess. (2024). CrowdTangle [About us page]. <http://help.crowdtangle.com/en/articles/4201940-about-us>